



DOI: <https://doi.org/10.38035/jkmt.v2i2>

Received: 08 April 2024, Revised: 21 April 2024, Publish: 11 Mei 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Lokasi, Keunikan dan Pengetahuan Karyawan terhadap membangun Daya saing Perusahaan

Vina Arisana

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta raya, email: vinaarisana06@gmail.com

Corresponding author: Vina Arisana¹

Abstract: *The effect of Location influence, Uniqueness and Employee knowledge on Competitiveness is a scientific article of literature study on the scope of Strategic Management. The purpose of this article is to build a hypothesis of the influence of each variable to be used in subsequent research. The object of research on online libraries, Google Scholar, Mendeley, and other academic online media. The research method with library research has sources from e-books and open access e-journals. Qualitative descriptive analysis. The results of this article: 1) contributes to building the competitiveness of the company; 2) uniqueness contributes to building the competitiveness of the company; and 3) employee knowledge contributes to building the competitiveness of the company.*

Keyword: *Daya saing perusahaan, Lokasi, Keunikan, Pengetahuan Karyawan*

Abstrak: Pengaruh Lokasi, Keunikan dan Pengetahuan Karyawan terhadap membangun daya saing perusahaan ialah artikel ilmiah studi pustaka pada ruang lingkup Manajemen Strategik. **Tujuan** artikel ini membangun hipotesis pengaruh tiap variabel yang hendak dipakai pada riset berikutnya. **Objek riset** pada pustaka online, *Google Scholar, Mendeley*, serta media *online* akademik yang lain. **Metode riset dengan library research** mempunyai sumber dari *e-book* dan *open access e-journal*. **Analisis** deskriptif kualitatif. **Hasil** artikel ini: 1) berpengaruh pada membangun daya saing perusahaan; 2) keunikan berpengaruh pada membangun daya saing perusahaan; dan 3) pengetahuan karyawan menyumbang pengaruh pada membangun daya saing perusahaan.

Kata Kunci: Daya saing perusahaan, Lokasi, Keunikan, Pengetahuan Karyawan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah.

Pengaruh lokasi, keunikan, dan pengetahuan karyawan terhadap membangun daya saing perusahaan sangat penting. Lokasi bisa menyumbang pengaruh kinerja karyawan lewat

kepuasan kerja, sebagai terangkan pada penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Keunikan karyawan bisa membantu perusahaan dalam membangun daya saing. Knowledge sharing, berbagi pengetahuan, bisa memacu seorang individu untuk mampu mempunyai pikiran kreatif serta efektif, yang bisa menyebabkan hasil yakni inovasi baru. Pengelolaan human capital juga ialah aspek penting dalam pengembangan perusahaan. Untuk membangun daya saing perusahaan, perlu dilaksanakan pengelolaan pengetahuan yang mencakup penciptaan, penyimpanan, dan transfer pengetahuan. (Azzahra, 2019)

Pengaruh terhadap kepuasan konsumen bisa dilihat untuk pelayanan kualitas terhadap daya saing perusahaan. Perusahaan dengan kualitas layanan pelanggan yang baik bisa menyumbang pengaruh loyalitas konsumen, yang bisa meningkatkan penjualan bagi perusahaan. Sebaliknya, bisnis dengan layanan pelanggan berkualitas tinggi bisa menyumbang dampak negatif pada loyalitas pelanggan, yang bisa meningkatkan penjualan untuk semua bisnis.

Pengaruh daya saing usaha terhadap kepuasan konsumen lewat daya saing usaha sebagai variabel mediasi juga bisa dilihat. Perusahaan yang mempunyai daya saing yang kuat bisa menyumbang pengaruh kepuasan konsumen, yang bisa meningkatkan daya saing perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang mempunyai daya saing yang rendah bisa menyumbang pengaruh kepuasan konsumen, yang bisa menurunkan daya saing perusahaan.

Pengaruh pengetahuan karyawan terhadap kinerja perusahaan sehari-hari bisa diamati lewat motivasi karyawan, kepuasan, dan kesejahteraan. Bisnis yang mempunyai praktik kerja karyawan yang baik bisa memengaruhi moral, produktivitas, dan motivasi karyawan, yang bisa meningkatkan kinerja hari pertama perusahaan secara keseluruhan. Sebaliknya, bisnis dengan sedikit pergantian karyawan bisa menyumbang dampak negatif terhadap moral, produktivitas, dan motivasi karyawan, yang bisa menurunkan operasi bisnis sehari-hari. Penerapan manajemen pengetahuan yang baik bisa menjamin bahwa pengetahuan yang ada pada organisasi dipakai sangat produktif supaya keuntungan organisasi. Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, pelatihan dan pengembangan karyawan menjadi kebutuhan esensial untuk pertumbuhan perusahaan dan retensi talenta. Program pelatihan dan pengembangan karyawan yang efektif bisa meningkatkan produktivitas, inovasi, dan kepuasan karyawan, yang cenderung merasa puas dan setia pada perusahaan, mengurangi *turnover* karyawan. (Qisty, 2021)

Pengetahuan yang dipunyai karyawan juga bisa dipakai untuk mencapai tujuan organisasi dan menjaga eksistensinya. Mengacu latar belakang maka **tujuan penulisan** artikel ini ialah membangun hipotesis untuk riset berikutnya, yakni untuk merumuskan: 1) Pengaruh Lokasi terhadap membangun daya saing perusahaan; 2) Pengaruh Keunikan terhadap membangun daya saing perusahaan; dan 3) Pengaruh Keunikan terhadap membangun daya saing perusahaan;

METODE

Metode penulisan artikel Literature Review ialah dengan metode **Kajian Pustaka (*library research*)** serta ***Systematic Literature Review (SLR)***, di analisis memakai kualitatif, mempunyai sumber lewat aplikasi online *Google Scholar*, Mendeley, serta aplikasi akademik online yang lain.

Systematic Literature Review (SLR) metode yang dipakai untuk mengumpulkan, mengevaluasi, serta menganalisis semua informasi penelitian yang relevan guna memberikan jawaban terperinci pada pertanyaan penelitian spesifik (Kitchenham et al., 2009).

Pada analisis kualitatif, kajian pustaka wajib dipakai secara teratur pada beragam asumsi metodologis. Satu diantara alasan untuk melaksanakan analisis kualitatif yakni penelitian terkait mempunyai sifat eksploratif, (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Mengacu latar belakang, tujuan, serta metode, maka hasil artikel ini yakni:

Daya Saing Perusahaan

Daya saing merujuk pada kapasitas suatu entitas yakni perusahaan, industri, wilayah, negara, ataupun bahkan antarwilayah untuk secara konsisten dan berkelanjutan menghasilkan faktor-faktor produktivitas dan lapangan kerja yang memungkinkan mereka bersaing secara efektif dalam pasar global. Akibatnya, daya saing kabupaten ataupun kota sebagai organisasi didefinisikan sebagai kemampuan mereka untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lewat pengembangan kemampuan ekonomi sosial mereka sendiri. (Abarca,2021)

Daya Saing Perusahaan mengacu pada kemampuan organisasi untuk secara efektif menyesuaikan diri, ataupun memanfaatkan dari, organisasi lain sehingga bisa mencapai posisi kompetitif. Mengacu Tambunan (Bismala Lila et. al, 2018:8) bahwa “faktor-faktor yang memengaruhi daya saing suatu perusahaan meliputi beragam aspek, seperti kompetensi dan tingkat pendidikan karyawan, keterampilan pengusaha, akses ke modal, sistem manajemen dan organisasi yang efisien dan sesuai dengan kebutuhan bisnis, ketersediaan teknologi dan informasi, serta pasokan sumber daya lainnya seperti energi dan bahan baku”. Adapun mengacu Lena Ellitan (2007:36) menegaskan terkait definisi daya saing ialah “daya saing ialah keahlian suatu perusahaan untuk menyediakan nilai tambah pada produknya yang melebihi nilai yang diberikan oleh pesaingnya, serta nilai tersebut secara konkrut memberikan keuntungan bagi para pelanggan”.

Beragam faktor yang menyumbang pengaruh daya saing yakni produktivitas tenaga kerja, persediaan, biaya produksi, penggunaan kapasitas produksi, inovasi, harga, kualitas, dan hubungan pelanggan.

Perusahaan yang mempunyai daya saing tinggi akan mampu menarik dan menciptakan hubungan yang langgeng dengan pelanggan, mempunyai talenta yang mempunyai potensi, dan mengantisipasi perubahan yang mungkin berlangsung di era yang datang datang serta menawarkan produk ataupun layanan yang lebih baik.

Daya saing ini sudah ramai diteliti oleh peneliti yang lalu (Triwijayati et al., 2023),(Isventina et al., 2018), dan (Sirait & Panjaitan, 2016)

Lokasi

Mengacu Bagus dan Artaman menegaskan terkait lokasi bisnis menyumbang pengaruh positif serta signifikan pada pendapatan, sehingga lokasi yang strategis bisa menarik pelanggan, memungkinkan bisnis berjalan lancar serta menghasilkan lebih banyak pendapatan.

Lokasi ialah lokasi yang dipakai untuk proses tempat penyampaian barang serta jasa dikirim dari produsen ke pembeli. Indikator lokasi seperti kemudahan akses, kelancaran akses, dan kedekatan bisa dipakai untuk mengerti sejauh apa pengaruh lokasi pada keputusan pembelian.(Kelvinia et al., 2021)

Mengacu Heizer & Render (2015) lokasi ialah kekuatan untuk membuat strategi bisnis perusahaan sebab lokasi menentukan biaya serta pendapatan. Lokasi yang strategis mempunyai tujuan untuk meraih keuntungan maksimum dari lokasi untuk perusahaan.

Lokasi yang strategis ialah faktor krusial yang sangat menyumbang pengaruh kesuksesan bisnis apapun. Lokasi strategis bisa didefinisikan sebagai lokasi di mana banyak pembeli tertarik, sebab lokasi ini bisa dicapai dengan mudah. Mudah dilihat pelanggan, serta lokasi yang sering dikunjungi ataupun dilihat oleh target pelanggan yang bersedia membeli barang ataupun jasa yang sedang dijual.

Faktor yang menyumbang pengaruh pada Lokasi ialah pemilihan lokasi bisnis, beberapa faktor umum yang wajib ditimbang ialah kedekatan dengan pasar, lingkungan

masyarakat, ketersediaan bahan mentah serta supplier, ketersediaan tenaga kerja, fasilitas serta biaya transportasi, serta SDA yang lain. (Wicaksana, 2016)

Lokasi ini sudah ramai diteliti oleh peneliti yang lalu yakni (Ekasari & Putri, 2021), (Harsanto & Hidayat, 2017), serta (Hafidzi et al., 2022).

Keunikan

Mengacu Kartono (2010) keunikan produk ialah supplier yang membuat produk yang unik sekali sehingga mempunyai letak tawar yang lebih baik disandingkan pada perusahaan yang membuat produk komoditas. Mengacu Sarosa (2004), keunikan produk ialah nilai tambahan yang membuat produk terlihat berbeda dari pesaingnya. Keunikan Produk ataupun layanan perusahaan harus unik dan selalu ditingkatkan untuk menghindari konflik harga. Sebab produk tersebut Unik sehingga membagikan keunggulan khusus serta tidak bisa disandingkan secara langsung pada produk pesaingnya. Keunggulan ini ialah terkait pesaing akan tidak mudah untuk meniru sebab mereka tidak bisa meraih akses ke sumber pengetahuan itu. (Salim Kartono (2010).

Keunikan produk menyertakan beragam factor yakni kualitas, desain, performa, fitur tambahan, serta inovasi yang menaikkan daya tarik produk bagi konsumen. Keunikan produk ialah satu diantara faktor kunci untuk memenangkan persaingan bagi perusahaan. Umumnya, perusahaan akan melaksanakan pengembangan produk sebagai upaya untuk meningkatkan produk menuju arah yang lebih baik untuk menghadapi perubahan. Assauri (2015)

Pengaruh Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian: Memperlihatkan terkait keunikan produk menyumbang dampak yang penting pada keputusan pembelian konsumen. Konsumen lebih condong memilih produk yang dibilabg mempunyai keunikan yang menarik serta memberikan manfaat bagi mereka.

Keunikan ini sudah ramai diteliti oleh peneliti yang lalu yakni (Desiyani et al., 2022), (Nurhani, 2024), dan (Rosnani, 2009).

Pengetahuan Karyawan

Mengacu Kaleta 2006 pada kutipan (Setyorini et al., 2021) Pengetahuan karyawan ialah konsep yang kompleks yang mencakup tingkat interaksi antara jumlah aktivitas fisik serta mental, kesehatan mereka, keahlian fungsional pekerja, serta persepsi mereka terkait keadaan mereka dalam lingkungan kerja dan sosial mereka.

Pengetahuan karyawan ialah faktor yang penting dalam membangun daya saing perusahaan. Dalam era berbasis pengetahuan, pengetahuan dan ketrampilan yang tinggi menjadi keunggulan kompetitif yang menyumbang pengaruh perekonomian. Satu diantara aset penting perusahaan ialah pengetahuan karyawan. Pengetahuan yang dipunyai oleh karyawan ialah sumber daya internal yang unik, sulit digantikan dan sulit ditiru. Pengaruh pengetahuan karyawan terhadap kinerja karyawan telah dilaksanakan pada penelitian, yang memperlihatkan terkait pengetahuan karyawan mempunyai hubungan dengan kualitas kerja dan kinerja karyawan.

Pengetahuan karyawan menyumbang dampak pada kinerja karyawan. Sehingga pembelajaran bisa terjadi, perusahaan harus menemukan dan menyebarluaskan informasi yang relevan. Manajemen pengetahuan juga penting untuk membantu karyawan lama membantu karyawan baru menemukan dan mengolah semua informasi yang ada di perusahaan. Pengetahuan karyawan menyumbang pengaruh pada kinerja dan kinerja karyawan. Berikut ialah dimensi dan indikator yang menyumbang pengaruh pada pengetahuan karyawan: Dimensi Pendidikan yakni Kesesuaian pendidikan karyawan pada pekerjaan mereka, pengetahuan karyawan terkait prosedur pelaksanaan tugas, dan pemahaman karyawan terkait prosedur pelaksanaan tugas.

Pengetahuan Karyawan ini sudah ramai diteliti oleh peneliti yang lalu yakni (Pitoyo & Suhartono, 2018),(Firmaiansyah et al., 2014), dan (Sri Nugraha Tamala et al., 2021)

Review Artikel Relevan

Mereview artikel yang relevan selaku landasan untuk menetapkan hipotesis penelitian lewat menjabarkan hasil penelitian terdahulu, menjabarkan persamaan serta perbedaan pada rencana penelitiannya, dari penelitian terdahulu yang relevan yakni pada tabel 1.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	(Handayani & Hilmansyah, 2022))	Tata Letak Produksi menyumbang pengaruh pada Efisiensi Usaha dan Daya Saing Perusahaan	Tata letak produksi menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan.	Tata Letak menyumbang pengaruh pada pengurangan biaya operasional	H1
2	(Rahmawaty, 2022)	Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Daya Saing Perusahaan	Lokasi menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan	Harga, Produk menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan	H1
3	(Dewi et al., 2022)	Keunikan dan inovasi produk menyumbang pengaruh positif serta signifikan pada daya saing perusahaan	Keunikan menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan	Inovasi produk menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan	H2
4	(Hapriyanto, 2024)	Inovasi produk dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital.	Inovasi Produk menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan	Inovasi produk di era digital menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan	H2
5	(Setyorini et al., 2021)	Pengetahuan karyawan dan kinerja karyawan menyumbang pengaruh signifikan pada daya saing perusahaan	Pengetahuan karyawan menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan	Pengetahuan karyawan menyumbang pengaruh pada kinerja karyawan	H3
6	(Kuway, 2019)	Pengetahuan Karyawan untuk keunggulan daya saing perusahaan	Pengaruh karyawan menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan	Keunggulan daya saing menyumbang pengaruh pada pengetahuan karyawan	H3

Pembahasan

Mengacu Kajian teori maka pembahasan artikel *literature review ini* ialah melaksanakan review artikel yang relevan, analisis pengaruh tiap variabel seta membuat konseptual berfikir rencana penelitian:

Mengacu hasil penelitian maka pembahasan artikel *ini* ialah melaksanakan review artikel yang relevan, analisis pengaruh tiap variabel serta membuat konseptual berfikir rencana penelitian:

Pengaruh Lokasi terhadap daya saing.

Lokasi ialah keadaan fisik suatu usaha di suatu wilayah spesifik. Lokasi ialah faktor penting bagi setiap bisnis harus mempertimbangkan lokasi dengan cermat sebab keputusan yang salah bisa menyebabkan kegagalan bahkan sebelum bisnis dimulai.

Pemilihan lokasi bisnis wajib ditimbang dengan cermat sebab lokasi bisnis bisa dengan mudah diabaikan, sehingga menyumbang dampak negatif pada loyalitas pelanggan. (Fitriyani et al., 2019)

Mengacu (Heizer & Render, 2009). Lokasi sangat menyumbang pengaruh risiko serta profitabilitasnya secara keseluruhan, memperlihatkan terkait lokasi secara signifikan menyumbang pengaruh biaya dan variabel dalam jangka panjang dan menengah.

Prinsip-prinsip ataupun konsep Lokasi terhadap daya saing perusahaan tergantung pada berbagai faktor. Lokasi usaha sangat menentukan keberlangsungan perusahaan jangka panjang, meminimumkan biaya investasi dan operasional, dan menyumbang pengaruh risiko dan keuntungan perusahaan. Berikut beberapa prinsip dan konsep yang menentukan daya saing perusahaan yakni Lokasi Strategis: Lokasi yang strategis memungkinkan perusahaan untuk mempunyai keunggulan terhadap pesaing, seperti dekat dengan pasar, jalan raya, ataupun fasilitas publik, Aksesibilitas: Lokasi yang mudah dijangkau dan mudah ditemukan oleh konsumen menyumbang pengaruh daya saing perusahaan, Infrastruktur: Ketersediaan dan kualitas infrastruktur, seperti jalan, pengangkutan, dan infrastruktur informasi, menyumbang pengaruh daya saing perusahaan, Sumber Daya Manusia: Daya saing perusahaan disumbang pengaruh oleh ketersediaan serta kualitas SDM, termasuk pelatihan serta pendidikan. Pendapatan dan Pekerjaan: Daya saing perusahaan disumbang pengaruh oleh kemampuan ekonomi sosial wilayahnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya. Kinerja: Daya saing perusahaan disumbang pengaruh oleh kemampuan untuk meningkatkan kinerja tanpa henti.

Lokasi menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan jika lokasi dipersepsikan dengan baik perusahaan akan dilihat dengan baik serta sebaliknya. Lokasi menyumbang pengaruh daya saing seperti yang disebut pada penelitian terkait pemilihan lokasi usaha yang memperlihatkan terkait kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, serta biaya lokasi menyumbang pengaruh positif serta signifikan pada kesuksesan usaha. Lokasi yang tepat bisa mengurangi biaya operasional dan investasi, sehingga daya saing perusahaan akan meningkat. memudahkan akses ke pasar, dan meningkatkan kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja dan bahan baku. Sebaliknya, kesalahan dalam menentukan lokasi ataupun pilihan lokasi yang tidak sesuai bisa menyumbang pengaruh negatif daya saing perusahaan, seperti penurunan penjualan, penurunan pendapatan, mungkin kegagalan usaha. (Chelviana et al., 2017)

Beragam faktor yang menyumbang pengaruh pada Lokasi Mengacu Tjiptono (2000), Pemilihan lokasi bisnis memerlukan pertimbangan. Beragam faktor berikut disebutkan: aksesibilitas, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, dan undang-undang pemerintah.

Untuk meningkatkan daya saing perusahaan dengan memperhatikan lokasi, Untuk meningkatkan daya saing perusahaan, manajemen harus memperhatikan lokasi. Manajemen harus melaksanakan beberapa langkah strategis seperti: Pemilihan lokasi yang strategis penting untuk memperlancar operasional bisnis. Contohnya termasuk lokasi di sebelah pasar, jalan raya, dan fasilitas yang diperlukan.

Lokasi menyumbang pengaruh pada daya saing, kondisi itu selaras dengan penelitian yang dilaksanakan: (Wantojo, 2018),(Syahputra et al., 2022), dan (Rahmawati & Sutantri, 2019)

Pengaruh keunikan terhadap daya saing.

Keunikan ialah mengacu Sarosa (2004) Mendeskripsikan keunikan produk ialah Nilai tambahan yang membuat produk berbeda dari pesaingnya dikenal sebagai keunikan. Produk perusahaan yang unik menjadi penting dan harus terus ditingkatkan. Mengacu Sarosa (2004), perusahaan harus melaksanakan inovasi berkelanjutan sebab perekonomian berubah dengan cepat. Satu diantara cara bisnis bisa menarik perhatian pelanggan ialah dengan menawarkan produk yang sama tetapi dengan keunikan yang berbeda, yang dikenal sebagai keunikan produk.

Prinsip-prinsip ataupun konsep keunikan dalam daya saing tersusun atas berbagai aspek yang menyumbang pengaruh kemampuan perusahaan ataupun individu dalam menghadapi persaingan. Berikut ialah beberapa prinsip yang menjadi keunikan dalam daya saing: Kualitas Produk/Jasa: Mempunyai produk ataupun jasa yang kualitasnya lebih baik dari pesaing, Harga: Mempunyai harga yang lebih kompetitif ataupun lebih baik dari pesaing, Konsep Usaha: Mempunyai konsep usaha yang unik ataupun inovatif, yang bisa membuat perusahaan berbeda dari pesaing, Layanan Pelanggan: Mempunyai layanan pelanggan yang lebih baik ataupun lebih efisien dari pesaing, Inovasi: Mempunyai inovasi yang lebih baik ataupun lebih cepat dari pesaing, Strategi Marketing: Mempunyai strategi marketing yang lebih efektif ataupun lebih baik dari pesaing. Semua prinsip-prinsip ini mempunyai hubungan dengan konsep ekonomi Islam, yang mencakup prinsip produksi, distribusi, dan konsumsi.

Keunikan menyumbang pengaruh pada keputusan pembelian produk, variasi rasa, dan kepercayaan terhadap produk; oleh sebab itu, daya saing akan dilihat dengan baik jika dianggap unik, dan sebaliknya. Dalam pemasaran, keunikan produk, harga, dan promosi menyumbang pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Sebagai contoh, keunikan produk yang mempunyai daya saing lebih tinggi akan membuat produknya lebih sulit ditiru oleh pesaing, yang akan memperkuat kekuatan daya saing

Faktor-faktor yang menyumbang pengaruh pada keunikan yakni: Faktor-faktor yang menyumbang pengaruh pada keunikan produk antara lain:

1. Faktor fungsi: Faktor ini mencakup kualitas, kegunaan, dan manfaat dari produk yang membuatnya berbeda dari produk pesaing.
2. Faktor keutamaan: Faktor ini mencakup kesesuaian produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Faktor pemahaman konsumen: Faktor ini mencakup kemampuan konsumen untuk mengerti dan menyukai produk.

Keunikan berperan terhadap daya saing, ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan: (Permana et al., 2019), (Yunitasari & Anwar, 2022), dan (Sopandi, 2017)

Pengaruh Pengetahuan karyawan terhadap daya saing perusahaan.

Mengacu Sutrisno (2014) pengetahuan (knowledge) yakni kesadaran dalam domain kognitif. Seorang karyawan, misalnya, mempunyai pengetahuan terkait cara mengidentifikasi belajar dan bagaimana melaksanakan pembelajaran yang efektif yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Pengetahuan karyawan ialah upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penerapan pengetahuan pada perusahaan akan memberikan hasil berupa wawasan inovasi yang dibutuhkan untuk perkembangan. Pengetahuan karyawan mempunyai pengaruh signifikan pada daya saing perusahaan.

Prinsip-prinsip ataupun konsep Pengetahuan Karyawan Mengacu Notoatmodjo (dalam Albunsyary 2020), pengetahuan didefinisikan sebagai kemampuan seseorang yang memengaruhi pilihan mereka. Pengetahuan mengacu pada orang-orang yang tidak secara langsung terkena dampak negatif oleh pendidikan sebab pengetahuan juga bisa diperoleh dari

pengalaman, tetapi tingkat pendidikan secara bertahap meningkatkan kemampuan orang untuk memahami dan memahami sesuatu informasi yang dibaca dan kemudian dipahami.

Pengetahuan Karyawan menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan jika pengetahuan karyawan dilihat dengan baik, maka daya saing perusahaan akan dipersepsikan baik pula, begitu juga sebaliknya. Kondisi itu bisa dijelaskan bahwa Pengetahuan sebagai modal utama: Pengetahuan yang terus dikembangkan secara kontinu ialah modal utama yang bisa memunculkan daya saing perusahaan. Pengetahuan akan menghasilkan wawasan inovasi yang diperlukan untuk kemajuan.

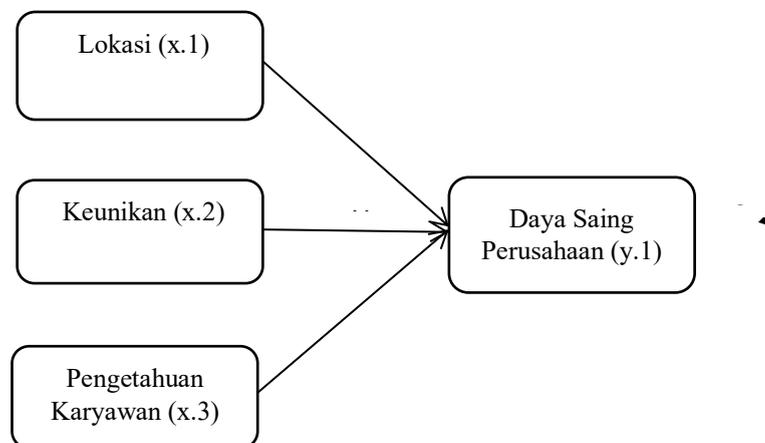
Dalam kondisi itu, pengetahuan karyawan mempunyai keunggulan disandingkan operasi sehari-hari perusahaan. Jika pengetahuan karyawan dievaluasi dengan baik, maka operasional sehari-hari perusahaan juga akan terevaluasi dengan baik. Sebaliknya, pengetahuan karyawan yang rendah ataupun keterlibatan karyawan yang rendah akan menyumbang dampak negatif terhadap kinerja bisnis.

Faktor-faktor yang menyumbang pengaruh pada pengetahuan karyawan yakni Pendidikan: Tingkat pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan akan menyumbang pengaruh kemampuan mereka dalam melaksanakan tugas dan meningkatkan kinerjanya. Pengalaman kerja yang mampu mengurangi karyawan untuk melaksanakan pekerjaan secara efektif dan mengurangi kinerjanya terhadap kinerja perusahaan.

Pengetahuan Karyawan berperan terhadap daya saing perusahaan, ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan: (Pitoyo & Suhartono, 2018), (Hellyana, 2013), dan (Makmudah & Reza, 2022)

Kerangka konseptual Penelitian

Mengacu rumusan masalah, pembahasan dan penelitian relevan, maka diraih rerangka konseptual artikel ini yakni pada gambar 1.



Gambar 1: Rerangka Konseptual

Mengacu tujuan, hasil serta pembahasan maka kesimpulan diatas, maka: Lokasi, keunikan, pengetahuan karyawan menyumbang pengaruh pada daya saing perusahaan. Selain dari tiga variabel exogen yang menyumbang pengaruh daya saing perusahaan masih banyak variabel lain, yakni:

- 1) Kualitas produk : (Sobar et al., 2023), (Anom Pancawati, 2022), dan (Suryadi, 2022)
- 2) Strategi perusahaan : (Nur Fadhilah et al., 2022), (Yuliana, 2017), dan (Wibowo et al., 2015)
- 3) Inovasi dan teknologi : (Suharman et al., 2018), (Ismiatun, 2015), dan (Muthaher, 2014)

KESIMPULAN

Mengacu tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini ialah untuk merumuskan hipotesis untuk riset berikutnya, yakni:

- 1) Lokasi berpengaruh pada daya saing perusahaan.
- 2) Keunikan berpengaruh pada daya saing perusahaan.
- 3) Pengetahuan karyawan berpengaruh pada daya saing perusahaan.

REFERENSI

- Abarca, R. M. (2021). *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru. Nuevos Sistemas de Comunicación e Información, 1*, 2013–2015.
- Anom Pancawati, N. L. P. (2022). Total Quality Management Dan Biaya Mutu: Meningkatkan Daya Saing Lewat Kualitas Produk. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 5*(2), 185–194. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v5i2.1674>
- Chelviana, K. M., Made, A. M., & Iyus, A. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Menyumbang pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Modern di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 9*(2), 257–266.
- Desiyani, R. E., Agustiansyah, L. D., & Maelani, P. (2022). Pengaruh Keunikan Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Kesehatan Husada Pratama. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2*(1), 99–111. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.73>
- Dewi, L. K. C., Antari, S., & Yuni, H. K. (2022). Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Entreprenurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM di Desa Petak Gianyar Bali. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, 18*(2), 94–101. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i2.94-101>
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN, 3*(2), 266. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.937>
- Firmaiansyah, D., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2014). Danang Firmaiansyah; Pengaruh Berbagi Pengetahuan ... 128. *Jurnal Ilmu Manajemen, 2*(Andrawina 2008).
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 13*(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Hafidzi, M. K., Rizqi, F., & Jumani, A. (2022). Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Multidisiplin, 1*(1), 203–214. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Handayani, W., & Hilmansyah, I. A. (2022). Pengaruh Tata Letak Produksi Terhadap Efisiensi Usaha dan Daya Saing UD. Barokah Lamongan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas, 24*(1), 227–241. <https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.319>
- Hapriyanto, A. R. (2024). Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science, 1*(6), 108–117.
- Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6*(3), 340–351. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16727>
- Hellyana, C. M. (2013). Peningkatan Daya Saing Mahasiswa Lewat Knowledge Management System. *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen, 1*(1), 32–38. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/evolusi/article/view/638>
- Ismiatun. (2015). Pengembangan Sistem Inovasi Dalam Perspektif Peningkatan Daya Saing Daerah Dengan Pendekatan System Dynamics. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 4*(2), 2442–6962.

- Isventina, I., Nuryartono, N., & Hutagaol, M. P. (2018). Analisis Daya Saing Sektor Industri Prioritas Indonesia Dalam Menghadapi Pasar Asean. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 4(1), 71–93. <https://doi.org/10.29244/jekp.4.1.71-93>
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85–98. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795>
- Kuway, S. M. (2019). Peranan Manajemen Pengetahuan Untuk Keunggulan Daya Saing Ukm Di Kota Pontianak. *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi*, 1, 1119–1126. <https://ejurnal.diponegara.ac.id/index.php/sensitif/article/view/496>
- Makmudah, & Reza, T. . (2022). Jurnal Administrasi Bisnis 2016 Jurnal Administrasi Bisnis 2016. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Muthaher, O. (2014). Model Pengembangan Inovasi Teknologi. *Ekobis*, 15(1), 62–73.
- Nur Fadhilah, Ahmad Hasibuan, Ahmadi Ahmadi, Delima Nisa Harahap, & Khoirunnisa Ritonga. (2022). Memperkuat Posisi Daya Saing Perusahaan. *Journal of Management and Creative Business*, 1(1), 79–85. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i1.496>
- Nurhani. (2024). Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Oleh-Oleh Kota. 5(1), 175–181.
- Permana, I. A., M. Ramdan, A., & Mulia Z, F. (2019). Kekuatan Keunikan Produk dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 181–191. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.608>
- Pitoyo, A., & Suhartono, E. (2018). Meningkatkan Daya Saing Ukm dari Prespektif Teknologi Informasi, Pengelolaan Pengetahuan, dan Standarisasi Produk (Studi Kasus pada Ukm Pengrajin Alat Peraga/Permainan Edukatif di Klaten). *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank (Sendi U)*, 756–763.
- Qisty, S. N. (2021). Penerapan knowledge sharing dengan media Portal Binus di Bina Nusantara University. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 1(2), 167. <https://doi.org/10.24198/inf.v1i2.34055>
- Rahmawati, S., & Sutantri. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 90–117.
- Rahmawaty, L. (2022). PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP DAYA SAING (WARUNG SOTO AYAM LAMONGAN CAK MARDI SAMARINDA). *PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP DAYA SAING (WARUNG SOTO AYAM LAMONGAN CAK MARDI SAMARINDA)*, 2(1), 1–4. <http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon - 2008 - Coaching d'équipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017.14168>
- Rosnani. (2009). Analisis pengaruh kualitas,promosi dan keunikan produk terhadap keputusan pembelian souvenir amanda collection. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 775–766.
- Setyorini, W., Khotimah, S., & Rafi', M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Master Print Pangkalan Bun. *Jurnal Magenta*, 9(2), 45–52.
- Sirait, R. A., & Panjaitan, J. Y. (2016). Pengaruh Daya Regional Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia: Analisis Data Panel. *Jurnal Budget : Isu Dan Masalah Keuangan Negara*, 1(1), 2–19. <https://doi.org/10.22212/jbudget.v1i1.6>
- Sobar, A., Permadi, I., Alhidayatullah, A., & Fathussyaadah, E. (2023). Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3782–3793. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm>

- Sopandi, E. (2017). ANALISIS KEUNIKAN SUMBERDAYA DAN STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PRODUK KREATIF BAMBU (Studi pada Saung Angklung Udjo Bandung Jawa Barat). *Journal of Management and Business Review*, 14(2), 176–205. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v14i2.92>
- Sri NugrahaTamala, S., & Ahmad Fadili, D. (2021). Pengaruh manajemen talenta dan manajemen pengetahuan terhadap kinerja karyawan The influence of influe talent management and knowledge management on employee performance. *Forum Ekonomi*, 23(1), 39–45. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Suharman, S., Nugroho, M., Asha, M. W. M., & Murti, H. W. (2018). Inovasi, Teknologi dan Peningkatan Daya Saing Industri. *Prosiding Seminar Nasional Peran Sektor Industri Dalam Percepatan Dan Pemulihan Ekonomi Nasional*, 1(1), 137–148.
- Suryadi, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Serta Kepuasan Konsumen Depo Peti Kemas PT. Kawasan Industri Makassar (Persero)* http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/13085/3/A012201026_tesis_28-01-2022_dp.pdf
- Syahputra, A., Ervina, E., & Melisa, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapat UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183–198. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3498>
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- Wantoyo, M. (2018). Pengaruh Daya Saing Produk, Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Emas Sumber Djaja. *Jurnal AGORA*, 6(2), 1–6.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Wicaksana, A. (2016). Faktor Penentu Pemilihan Lokasi usaha. <https://Medium.Com/>, 10–22. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Yuliana, D. (2017). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Yunitasari, S. S. Y. S., & Anwar, M. (2022). Analisis Keunikan Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Lewat Keunggulan Bersaing pada Busana Muslim di Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2885>