



Peningkatan keunggulan bersaing wirausaha melalui pelatihan SDM dan kemampuan manajemen

Kurniawati¹, Ginanjar Wira Saputra²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bandung

kurniawati@stiabandung.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 15 April 2022

Disetujui 20 April 2022

Diterbitkan 25 April 2022

Kata kunci:

Pelatihan SDM;

Kemampuan manajemen;

Kunggulan bersaing

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan yang cukup signifikan dalam berbagai aspek terutama dalam bisnis industri batik. Sebagai aset Indonesia, Usaha kecil dan menengah (UKM) penggerak ekonomi yang dapat meningkatkan perekonomian daerah. Perkembangan UKM saat ini telah menyebar luar dengan adanya pemasaran digital. Namun apakah pemasaran yang dilakukan dapat memberikan keunggulan? Atau bahkan sulit untuk melakukan ekspansi pada pasar baru? Penelitian ini mencoba untuk meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing pada industri UKM di kota Bandung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan eksplanatory. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yang diteliti yaitu Pelatihan SDM dan Kemampuan manajemen terhadap keunggulan bersaing. Hasil menunjukkan bahwa pelatihan sdm berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM di kota Bandung, kedua, kemampuan manajemen berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UKM di kota Bandung, dan ketiga, secara simultan pelatihan SDM dan kemampuan manajemen berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UKM di kota Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada organisasi khususnya pada industri UKM agar lebih memperhatikan kembali kualitas sdm yang dimiliki serta mengembangkan kemampuannya dengan memberikan pelatihan sehingga dapat memberikan kontribusi bagi organisasi dalam menghadapi persaingan.

ABSTRACT

Advances in digital technology today have brought significant changes in various aspects, especially in the batik industry business. As Indonesian assets, small and medium enterprises (SMEs) are economic drivers that can improve the regional economy. The development of SMEs today has spread beyond the presence of digital marketing. But can marketing be done can provide an advantage? Or is it even difficult to expand into new markets? This study tries to examine the factors that can affect competitive advantage in the SME industry in the city of Bandung. This type of research is quantitative using an explanatory approach. The results in this study indicate that the three independent variables studied are HR training and management ability to competitive advantage. The results show that HR training has an effect on the competitive advantage of SMEs in the city of Bandung, second, management ability has a positive effect on the competitive advantage of SMEs in the city of Bandung, and third, simultaneously HR training and management skills have a positive effect on the competitive advantage of SMEs in the city of Bandung. This research is expected to provide input to organizations, especially in the SME industry, so that they pay more attention to the quality of their human resources and develop their capabilities by providing training so that they can contribute to the organization in facing competition.

Keywords :

HR training; Management ability; Competitive advantage



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY

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

PENDAHULUAN

Pesatnya teknologi informasi saat ini telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia terutama dalam konteks bisnis (Tjahjadi, 2020). Pemasaran saat ini telah banyak memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk memperkenalkan brand atau produk sehingga bisa lebih dikenal luar oleh pasar atau calon konsumen (Delery, 2017). Melalui digital marketing, lokasi jarak antara penjual dan konsumen tidak lagi menjadi hambatan dan kendala untuk melakukan transaksi pembelian maupun penjualan kapanpun dan dimanapun. Semakin hari dengan semakin bertambahnya masyarakat yang menggunakan media sosial, tentu menjadi peluang yang bagus bagi organisasi (Lestari, 2020). Berbagai usaha dilakukan untuk memberikan produk dan layanan yang baik pada konsumen. Pasar globalisasi saat ini telah memasuki industri 4.0, bahkan sekarang menuju 5.0 dimana tren teknologi telah menghasilkan industri yang cerdas dengan kehadiran seperangkat teknologi

(Huang, 2019). Dalam menghadapi tren ini, organisasi harus mempersiapkan SDM yang berkualitas. Peningkatan SDM tersebut diharapkan dapat menjadi motor penggerak dalam menghadapi tren bisnis (Taylor, 2017; Descubes, 2018; Soares, 2019). Sebab, jika tidak memiliki kompetensi sdm yang baik, maka organisasi akan tertinggal jauh oleh para pesaingnya. Oleh karena pentingnya pelatihan SDM merupakan faktor yang krusial dalam membangun keunggulan bersaing. Kompetensi SDM merupakan aktor utama yang bisa menghadapi persaingan bisnis dalam mencapai keunggulan bersaing (Delery, 2017). Pengrajin batik, merupakan salah satu industri kreatif yang memiliki kontribusi dalam meningkatkan perekonomian nasional. Batik sebagai produk fesyen merupakan salah satu sub sektor yang dipandang penting untuk mendukung kesejahteraan ekonomi. Agar mampu untuk bersaing pada pasar global, faktor SDM memiliki peran penting dikarenakan kompetensi, skill dan pengetahuan SDM dapat menunjang keberhasilan organisasi (Hamadamin, 2019).

Fenomena perubahan pada lingkungan bisnis yang terjadi belakangan ini telah menuntut organisasi untuk semakin mengembangkan kembali strategi bisnisnya. Persaingan yang bersifat global telah menyebabkan terjadinya penciptaan laba yang diperoleh organisasi. Keadaan inilah yang memaksa organisasi untuk meningkatkan daya saingnya melalui sumber daya yang dimiliki (Hamad, 2018). Semenjak Inovasi dan nilai pelanggan dianggap sebagai penentu penting dalam memperoleh kinerja bisnis, maka perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki salah satunya adalah dengan memberikan pelatihan kepada karyawan (Johan, Rosadi and Anwar, 2021). Era baru digital marketing telah masuk ke dalam berbagai aspek dan kehidupan masyarakat modern. Pasar baru dan produsen baru telah tercipta dengan menggunakan internet. Pemanfaat internet inilah yang menyebabkan organisasi harus meninjau kembali strategi bisnisnya, terutama dalam industri Batik di Indonesia. Dengan hadirnya internet, pengguna batik saat ini semakin luas dan memudahkan untuk melakukan pembelian.

Untuk bisa memasuki pasar global serta menghadapi persaingan, berbagai langkah telah dilakukan oleh Owner Dinar Hadi di Kota Yogyakarta. Melalui pengembangan bakat dan pelatihan telah membuat produk tersebut ekspansi pada ranah internasional. Penelitian sebelumnya telah menyatakan bahwa program pelatihan SDM dapat mempengaruhi kinerja organisasi dalam menciptakan keunggulan bersaing. Perusahaan dengan kinerja yang baik adalah perusahaan yang mampu bertahan dalam kondisi pasar yang bergerak dengan cepat. Orientasi pasar dan kemampuan manajemen yang baik menjadi modal bagi organisasi dalam menghadapi persaingan terutama dalam industri yang sama. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi pasar yang baik dapat meningkatkan kinerja bisnisnya (Johan Ahmad, Dessy Isfianadewi, 2019). Namun secara bersamaan, penelitian (Yu, 2017) menyebutkan bahwa orientasi pasar tidak memiliki pengaruh pada kinerja bisnis. Hal ini dikarenakan bahwa, bisnis yang baik adalah bisnis yang memiliki banyak jaringan dan melakukan kompetisi dengan organisasi lain, meskipun tidak memiliki pemahaman yang baik pada pasar (Liu, 2020). Mengingat bahwa adanya inkonsistensi dalam kedua penelitian tersebut, maka penelitian ini mencoba untuk menguji kembali faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada organisasi bisnis sektor Batik yaitu Dinar Hadi. Adapun yang menjadi dalam rumusan penelitian ini adalah; (1) seberapa besar pengaruh pelatihan SDM terhadap keunggulan bersaing organisasi? (2) seberapa besar pengaruh kemampuan manajemen terhadap keunggulan bersaing organisasi? (3) seberapa besar pengaruh pelatihan SDM dan kemampuan manajemen terhadap keunggulan bersaing organisasi? Penelitian ini dilakukan pada sektor usaha kecil dan menengah yang berada di kota Bandung untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dalam menentukan keunggulan bersaing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah Pelatihan SDM, Orientasi Psar dan Kemampuan Manajemen dapat berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Jenis penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksplanatori. Sugiyono (2012) menyebutkan Explanatory research adalah metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan mempunyai hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Untuk memperoleh data responden dan respon terhadap variabel, peneliti melakukan penyebaran angket kuesioner secara online dengan membagikan tautan jaringan yang akan mengarahkan objek menuju pada suatu halaman yang menampilkan pertanyaan-pertanyaan kuesioner. Populasi pada penelitian ini dipilih sebanyak 240 orang dan dipilih secara insidental yang telah

memenuhi kriteria. Kemudian sampel dipilih menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh 150 orang responden konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 sebagai alat ukur dalam melakukan angket. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ dengan bantuan software SPSS 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Profil Responden

Respondent Profile		Percentage
Jenis Kelamin	Laki-laki	44%
	Perempuan	56%
Umur	< 20 tahun	13%
	20 - 29 tahun	49%
	30 - 39 tahun	41%
	40 - 49 tahun	36%
	> 50 tahun	11%
	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa
Wirausaha		25%
Pegawai Swasta		36%
Pegawai Negeri/BUMN		12%
Tingkat Pendidikan		SMA
Tingkat Pendidikan	D3	39%
	S1	22%
	S2	14%
	S3	9%
	Pendapatan per Bulan	< Rp 3.000.000
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000		35%
Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000		30%
Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000		15%

Source: data processed 2022

Berdasarkan tabel 1, Data dari 150 responden menunjukkan bahwa diperoleh 66% perempuan dan 34% laki-laki. Jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini adalah responden yang berumur 29 - 34 Tahun dan responden paling sedikit berumur 17 – 22 Tahun dan 35 - 40 tahun. Tingkat pendidikan didominasi oleh responden berlatar pendidikan S1. Profil responden dengan frekuensi pendapatan per bulan terbanyak yaitu dengan nilai > Rp 8.000.000.

Tabel 2 Hasil Analisis Deskriptif

No	Variable	Rata- Rata Skor	Standar Deviasi	Interpretasi
1	Pelatihan SDM	4,4	0,1030	Baik
2	Kemampuan Manajemen	4,3	0,1594	Baik
3	Keunggulan Bersaing	4,1	0,4594	Baik

Source: data processed 2022

Dalam Tabel 2, dapat diketahui bahwa setiap variabel penelitian memiliki rata-rata skor yang tinggi. Artinya, pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam angket memiliki respon yang baik dari para responden.

Uji Normalitas dan Multikolinearitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sebaran data pada sebuah kelompok variabel apakah sebaran data yang dilakukan berdistribusi normal atau tidak. Hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov memberikan Sig. Test Statistic sebesar $0,051 > 0,050$ ($\alpha = 5\%$). Dengan hasil ini berarti data berdistribusi normal. Ada tidaknya multikolinieritas pada hasil penelitian dapat dikaji berdasarkan pada nilai tolerance dan VIF yang dihasilkan. Pada penelitian ini nilai tolerance pada variabel Pelatihan SDM dan Kemampuan Manajemen secara berurutan adalah sebesar 0,418; 0,319; 0,347 dimana kedua variabel independent memiliki nilai $> 0,1$. Sementara nilai VIF dari ketiga variabel tersebut adalah 2,390; 3,136; yang mana seluruh variabel memiliki nilai < 10 . Artinya dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi yang kuat antarvariabel independen dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi

Dari *output* di atas diketahui nilai *intercept* dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 6,013 + 0,271 X_1 + 0,216 X_2 + e$

Table 3 Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6,013	1,497		4,038	0,000
Pelatihan SDM	0,271	0,064	0,250	3,334	0,001
Kemampuan Manajemen	0,216	0,073	0,179	2,708	0,014

a. Constant: Keunggulan Bersaing

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

- a = 6,013 artinya jika variabel pelatihan SDM dan Kemampuan manajemen bernilai nol maka keunggulan bersaing akan bernilai 6,013 satuan, dengan demikian dapat diketahui bahwa garis-garis regresi memotong sumbu Y pada titik 6,013.
- b₁ = 0,241 artinya jika pelatihan sdm meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel lainnya konstan, maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,241 satuan.
- b₂ = 0,286 artinya jika kemampuan manajemen meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel lainnya konstan, maka variabel keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,286 satuan.

Uji Hipotesis Parsial dan Simultan

Dari hasil perolehan nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh pelatihan sdm $3,334 > t$ tabel (1,97214), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial, variabel pelatihan sdm berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM. Variabel kemampuan manajemen diperoleh sebesar $2,708 > t$ tabel (1,97214), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial, kemampuan manajemen berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM.

Berdasarkan uji anova, diketahui bahwa secara bersama-sama variabel-variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, karena nilai F hitung sebesar 33,425 dengan nilai signifikan 0,000. Dari perhitungan F tabel yaitu pada taraf $\alpha = 0,05$, $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$, dan $df_2 = n - k = 150 - 4 = 146$ maka diperoleh F tabel sebesar 2,67. Jadi jika dibandingkan maka F hitung $> F$ tabel yaitu $33,425 > 2,67$.

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	635,775	3	211,925	33,425	,000 ^b
Residual	925,698	146	6,340		
Total	1561,473	149			

Pembahasan

Pengaruh Pelatihan SDM terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji yang sudah dilakukan, menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pelatihan SDM berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, maka dengan ini H_0 ditolak dan H_1 diterima. Melalui Pelatihan SDM kemampuan untuk meningkatkan Keunggulan Bersaing menjadi lebih efektif, sehingga tujuan organisasi dalam segi bisnis dapat dicapai. Hasil ini selaras dengan penelitian Mikova (2021) bahwa pelatihan yang diberikan oleh organisasi terhadap karyawan dapat meningkatkan kinerja organisasi yang pada akhirnya dapat membangun kinerja yang unggul. Selain itu, manajemen yang efektif juga membutuhkan dukungan dari karyawan yang cakap dan kompeten pada bidangnya, terutama dalam organisasi industri usaha kecil dan menengah.

Pengaruh Kemampuan Manajemen terhadap Keunggulan Bersaing.

Dari hasil uji yang sudah dilakukan diketahui bahwa secara parsial Kemampuan Manajemen dapat berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Kemampuan Manajemen yang baik menjadi salah satu faktor menentukan Keunggulan Bersaing yang baik. Kemampuan Manajemen dapat menganalisa peluang pasar yang baru, bahkan manajemen yang baik dapat mempertahankan produk eksisting tetap menjadi produk yang selalu dibutuhkan konsumen. Hasil ini selaras dengan penelitian Nieboer (2020) bahwa modal manusia, kemampuan organisasi dalam memahami pasar, dan kemampuan manajerial dapat mempengaruhi keunggulan bersaing organisasi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Keunggulan Bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen seperti Pelatihan SDM dan Kemampuan Manajemen. Keunggulan Bersaing dapat diperoleh dengan meningkatkan SDM melalui berbagai macam pelatihan yang sesuai untuk kebutuhan organisasi. Dengan memperhatikan Orientasi Pasar yaitu salah satunya memenuhi apa yang diinginkan konsumen, diharapkan Keunggulan Bersaing dapat meningkat. Manajemen yang baik dalam melakukan pengelolaan organisasi dapat meningkatkan Keunggulan Bersaing. Perkembangan minat konsumen untuk membeli suatu produk menjadi tantangan bagi akademisi yang sangat diharapkan oleh setiap sektor penjualan dalam menarik minat konsumen. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel Pelatihan SDM dan Kemampuan Manajemen dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing, tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing, seperti kualitas pelayanan dan product assortment. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah, sampel yang relatif tidak banyak dikarenakan keterbatasan peneliti. Untuk penelitian lebih lanjut dapat dilakukan terhadap perbedaan letak geografis dan menambahkan variabel moderasi terhadap keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, G. A. (2020) 'Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance: Evidence from Saudi SMEs', *Benchmarking*, 27(4), pp. 1503–1531. doi: 10.1108/BIJ-08-2019-0391.
- Amarakoon, U. (2018) 'Learning capabilities, human resource management innovation and competitive advantage', *International Journal of Human Resource Management*, 29(10), pp. 1736–1766. doi: 10.1080/09585192.2016.1209228.
- Delery, J. E. (2017) 'Strategic human resource management, human capital and competitive advantage: is the field going in circles?', *Human Resource Management Journal*, pp. 1–21. doi: 10.1111/1748-8583.12137.
- Descubes, I. (2018) 'E-Marketing communications of trophy hunting providers in Namibia: evidence

- of ethics and fairness in an apparently unethical and unfair industry?’, *Current Issues in Tourism*, pp. 1349–1354. doi: 10.1080/13683500.2017.1299696.
- Domínguez-Falcón, C. (2017) ‘Predicting market orientation through internal market orientation as culture and behaviour: an empirical application in Spanish hotels’, *Service Industries Journal*, 37(3), pp. 229–255. doi: 10.1080/02642069.2017.1309391.
- Duran, P. (2019) ‘The impact of institutions on the competitive advantage of publicly listed family firms in emerging markets’, *Global Strategy Journal*, 9(2), pp. 243–274. doi: 10.1002/gsj.1312.
- Dyer, S. (2021) ‘“Training the next generation HR practitioners”: Reflecting on HRM student experiences of sexual harassment training’, *Hospitality and Society*, 11(1), pp. 27–46. doi: 10.1386/HOSP_00027_1.
- Ebrahimi, P. (2018) ‘Impact of organizational innovation, learning orientation and entrepreneurship on SME performance: The moderating role of market turbulence and ICT’, *Contributions to Management Science*, pp. 447–480. doi: 10.1007/978-3-319-71722-7_23.
- Ferreira, J. (2020) ‘Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation’, *Technovation*, 92. doi: 10.1016/j.technovation.2018.11.004.
- Goldberg, C. (2019) ‘The direct and indirect effects of organizational tolerance for sexual harassment on the effectiveness of sexual harassment investigation training for HR managers’, *Human Resource Development Quarterly*, 30(1), pp. 81–100. doi: 10.1002/hrdq.21329.
- Guimarães, J. C. F. de (2018) ‘The influence of entrepreneurial, market, knowledge management orientations on cleaner production and the sustainable competitive advantage’, *Journal of Cleaner Production*, 174, pp. 1653–1663. doi: 10.1016/j.jclepro.2017.11.074.
- Hamad, H. (2018) ‘An empirical investigation of business-to-business e-commerce adoption and its impact on SMEs competitive advantage: The case of Egyptian manufacturing SMEs’, *Strategic Change*, 27(3), pp. 209–229. doi: 10.1002/jsc.2196.
- Hamadamin, H. (2019) ‘The impact of strategic human resource management practices on competitive advantage sustainability: The mediation of human capital development and employee commitment’, *Sustainability (Switzerland)*, 11(20). doi: 10.3390/su11205782.
- Hosseini, A. (2018) ‘Competitive advantage and its impact on new product development strategy (Case study: Toos Nirro technical firm)’, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(2). doi: 10.3390/joitmc4020017.
- Huang, L. (2019) ‘The communication role of social media in social marketing: a study of the community sustainability knowledge dissemination on LinkedIn and Twitter’, *Journal of Marketing Analytics*, 7(2), pp. 64–75. doi: 10.1057/s41270-019-00053-8.
- Johan, A., Rosadi, B. and Anwar, T. A. (2021) ‘PRODUCT RANKING : MEASURING PRODUCT REVIEWS ON THE PURCHASE DECISION’, 4(2), pp. 105–110.
- Johan Ahmad, Dessy Isfianadewi, T. A. A. (2019) ‘SALES FORCE AND INTELLIGENCE STRATEGIC IN SMES PERFORMANCE: CASE STUDY OF BATIK’S ENTERPRISES IN BRINGHARJO YOGYAKARTA Ahmad’, *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 2(2), pp. 112–127. doi: 10.22437/jbsmr.v4i2.13566.
- Junior, A. F. (2019) ‘Effects of Walking Training with Restricted Blood Flow on HR and HRV Kinetics and HRV Recovery’, *International Journal of Sports Medicine*, 40(9), pp. 585–591. doi: 10.1055/a-0942-7479.
- Lestari, S. D. (2020) ‘Antecedents and consequences of innovation and business strategy on performance and competitive advantage of SMEs’, *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), pp. 365–378. doi: 10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO6.365.
- Liao, S. (2017) ‘Developing a sustainable competitive advantage: absorptive capacity, knowledge

- transfer and organizational learning', *Journal of Technology Transfer*, 42(6), pp. 1431–1450. doi: 10.1007/s10961-016-9532-1.
- Liu, H. M. (2020) 'Network resource meets organizational agility: Creating an idiosyncratic competitive advantage for SMEs', *Management Decision*, 58(1), pp. 58–75. doi: 10.1108/MD-10-2017-1061.
- Mihardjo, L. W. W. (2021) 'Impact of key HR practices (human capital, training and rewards) on service recovery performance with mediating role of employee commitment of the Takaful industry of the Southeast Asian region', *Education and Training*, 63(1), pp. 1–21. doi: 10.1108/ET-08-2019-0188.
- Mikova, I. (2021) 'HR management and perceived effectiveness of further education and training methods of millennial employees in the Czech Republic', *Journal of East European Management Studies*, 26(3), pp. 415–439. doi: 10.5771/0949-6181-2021-3-415.
- Nieboer, A. P. (2020) 'Relationships of self-management abilities to loneliness among older people: A cross-sectional study', *BMC Geriatrics*, 20(1). doi: 10.1186/s12877-020-01584-x.
- Pak, K. (2019) 'Human Resource Management and the ability, motivation and opportunity to continue working: A review of quantitative studies', *Human Resource Management Review*, 29(3), pp. 336–352. doi: 10.1016/j.hrmr.2018.07.002.
- Rua, O. (2018) 'Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage', *Journal of Knowledge Management*, 22(2), pp. 257–279. doi: 10.1108/JKM-07-2017-0267.
- Salehi, M. (2020) 'The relationship between managerial ability, earnings management and internal control quality on audit fees in Iran', *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(4), pp. 685–703. doi: 10.1108/IJPPM-07-2018-0261.
- Salehzadeh, R. (2017) 'The impact of internal marketing and market orientation on performance: an empirical study in restaurant industry', *Measuring Business Excellence*, 21(4), pp. 273–290. doi: 10.1108/MBE-02-2016-0009.
- Schaaijk, A. Van (2019) 'Work ability and vitality in coach drivers: An rct to study the effectiveness of a self-management intervention during the peak season', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(12). doi: 10.3390/ijerph16122214.
- Sigalas, C. (2018) 'Empirical investigation of relationship patterns between competitive advantage and superior performance', *Journal of Strategy and Management*, 11(1), pp. 81–111. doi: 10.1108/JSMA-01-2017-0010.
- Soares, J. C. (2019) 'Social media marketing communication: Effect of interactivity and vividness on user engagement', *Revista Brasileira de Marketing*, 18(4), pp. 244–268. doi: 10.5585/remark.v18i4.14321.
- Taylor, C. (2017) 'How to avoid marketing disasters: Back to the basic communications model, but with some updates illustrating the importance of e-word-of-mouth research', *International Journal of Advertising*, pp. 515–519. doi: 10.1080/02650487.2017.1323406.
- Tjahjadi, B. (2020) 'Effect of Information Capital Readiness on Business Performance in Indonesian MSMEs: Does Online Market Orientation Matter?*', *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), pp. 267–274. doi: 10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.267.
- Torres, A. (2018) 'The impact of knowledge management factors in organizational sustainable competitive advantage', *Journal of Intellectual Capital*, 19(2), pp. 453–472. doi: 10.1108/JIC-12-2016-0143.
- Yang, D. (2020) 'Market orientation, strategic flexibility and business model innovation', *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(4), pp. 771–784. doi: 10.1108/JBIM-12-2018-0372.
- Yu, H. (2017) 'The relationship between CSR disclosure and competitive advantage', *Sustainability*

Accounting, Management and Policy Journal, 8(5), pp. 547–570. doi: 10.1108/SAMPJ-11-2016-0086.

Zhao, D. (2020) ‘Outcomes of prior cervical cytology and HR-HPV testing in women subsequently diagnosed with CIN1, CIN2/3, and invasive cervical cancer: a 4-year routine clinical experience after implementation of systematic training and quality control programs’, *BMC Cancer*, 20(1). doi: 10.1186/s12885-020-07321-2.