ABSTRACT

By: Prasetyo Wibowo Anggoro Nim: 21209866 Title: *Effect of Orientation Entrepreneurship and Business Innovation on Firm Performance (Survey On SME centers in the Holy shirts Bandung), Under* Guidance: Dr. Dwi Raeni Santy, SE., M.Sc.

Small-scale businesses or can be called Small and Medium Enterprises (SMEs) have a lot of standing and offers a wide - range of products or services required by customers, which one of them is located in the center of the shirt Sacred Bandung area, the authors were interested in examining the issues involved, based on the initial survey were distributed writers there are problems concerning the implementation of entrepreneurial orientation and Business Innovation in SME Centers tersebut.Tujuan this study was to determine the respondents are owners of SMEs shirt shop in the Sacred Center Bandung, against Orientation Entrepreneurship and Business Innovation on Firm Performance (survey in the SME centers in the region shirt Sacred Bandung) and measure indicators of Orientation Entrepreneurship and Business Innovation on Firm Performance (Survey on SME centers in the Holy shirts Bandung)

The method used in this research is descriptive method verification. The analysis technique used is multiple regression correlation equation, the coefficient of determination and t statistic to test the hypothesis of partial and f statistic to test the effect of these variables together with a significant level of five percent.

Hypothesis tests revealed that the orientation of Entrepreneurship and Business Innovation get a positive response from the shopkeepers disentra shirt SMEs in the sacred area of Bandung. Variable Orientation Entrepreneurship partially significant effect on company performance. Variable Business Innovation partially significant effect partially on Corporate Performance. Variable Orientation Entrepreneurship and Business Innovation simultaneously significant effect on the Company's Performance.

Keywords: Orientation Entrepreneurship, Innovation Business, Corporate Performance

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dan liberalisasi perdagangan, banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam berbagai bidang, dimana perusahaan tersebut menawarkan produk dan jasa yang menjadi ciri dari setiap perusahaan yang ada. Perusahaan yang menjual produk dan jasa pun beroperasi dalam berbagai ukuran atau skala, dimulai dari perusahaan berskala besar hingga perusahaan berskala kecil atau mikro. Dengan terus berubahnya keinginan konsumen dan juga semakin meningkatnya kebutuhan konsumen, maka hal tersebut akan menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk terus berkembang, khususnya bagi perusahaan mikro. Usaha berskala kecil atau bisa disebut Usaha Kecil Menengah (UKM) telah banyak berdiri dan menawarkan bermacam – macam produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen.Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah bentuk usaha yang mempunyai kompetensi yang baik, karena jumlah UKM yang ada di Indonesia terus mengalami peningkatan.

Banyaknya UMKM yang berkembang pun terjadi di Kota Bandung, saat ini banyak terdapat UMKM yang berdiri dan menawarkan banyak produk yang beraneka ragam dan perkembangannya pun terbilang baik. Berdasarkan data terbaru dari DINAS KOPERASI UKM DAN PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN KOTA BANDUNG tahun 2011, terdapat sebanyak 30 Sentra UMKM yang ada di Kota Bandung. Namun, dengan semakin banyaknya wirausahawan yang ada didalam satu sentra yang mana dalam hal ini yang sama – sama menawarkan produk yang hampir serupa, maka dengan sendirinya tercipta persaingan antar produsen. Hal ini dapat dilihat dari jumlah UKM yang ada pada sebuah sentra untuk menawarkan produk mereka yang memilki ciri khas masing - masing. Dalam tingkat persaingan yang semakin ketat yang dikarenakan banyak UKM yang bermunculan didalam satu sentra, maka produk pada nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Agar dapat bertahan dalam persaingan dan berupaya unggul dalam persaingan, maka

perusahaan tidak boleh bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan semata tetapi perusahaan juga harus memilki dan menerapkan strategi dalam menawarkan produknya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang penulis kemukakan, penulis memutuskan beberapa hal yang akan penulis angkat menjadi pokok permasalahannya, yaitu :

1. Bagaimana orientasi kewirausahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
2. Bagaimana inovasi bisnis di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
3. Bagaimana kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
4. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
5. Seberapa besar pengaruh inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
6. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana orientasi kewirausahaan, inovasi bisnis, dan kinerja perusahaan Sentra Industri Kaos Suci Bandung dan membandingkannya dengan teori – teori dan pendapat para ahli yang tersedia.

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana orientasi kewirausahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana inovasi bisnis di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
5. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
6. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung. Pengaruh.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun tulisan ini penulis harapkan bisa memberikan manfaat bagi banyak pihak yang menggunakan tulisan ini, antara lain :

1.4.1 Kegunaan Praktis

1.Manfaat Bagi Penulis

Untuk lebih memahami dan menambah wawasan yang lebih luas mengenai bagaimana orientasi pasar dan inovasi bisnis serta keunggulan bersaing yang sesuai dengan teori ataupun ilmu yang telah ada.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan yang diteliti, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat memahami lebih lanjut tentang orientasi pasar, inovasi bisnis dan keunggulan bersaing serta sebagai bahan pertimbangan dalam rangka memperbaiki kelemahan – kelemahan yang ada agar perusahaan akan semakin baik kinerjanya dan akan lebih mampu bersaing dengan kompetitor.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1.Manfaat bagi program studi

Sebagai penambah referensi dan sebagai bahan perbandingan dengan tulisan – tulisan sebelumnya khususnya tentang Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Bisnis.

2.Manfaat bagi penulis lain

Sebagai bahan referensi yang bisa dipakai apabila penulis lain ingin dan tertarik membuat tulisan yang sama dengan penulis.

II. KAJIAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

Menurut pendapat Porter (2008 : 419) bahwa : Orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama. Menurut Lumpkin dan Dess (1966) dalam Sri Muljaningsi (2011 : 436) bahwa orientasi kewirausahaan adalah sebagai sesuatu yang mengarah kepada proses, latihan dan aktivitas dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan produk baru. Ada 4 (empat) indikator untuk mengukur orientasi kewirausahaan, yaitu :

1. Inovatif
2.Berani Mengambil Resiko
3.Proaktif
4.Agresifitas bersaing

2.1.2 Inovasi Bisnis

Inovasi di definisikan oleh banyak ahli diantaranya adalah : Thompson (1967) dalam Barker dan Singkula (2002 : 92) menyebutkan bahwa inovasi secara luas merupakan upaya menghasilkan, menerima dan mengimplementasikan ide – ide baru, proses, produk ata Definisi menurut Cooper (1984) dalam Espallardo dan Ballester (2009 : 92) adalah cara yang dilakukan untuk beradaptasi dengan lingkungan. Indikator pengukur tingkat inovasi adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi perkenalan produk atau layanan baru
2 . Ide-ide baru
3. Cara baru untuk melakukan sesuatu,
4. Kreatifitas dalam metode operasi
5. Peningkatan perkenalan produk baru dalam 5 tahun terakhir.

2.1.3 Kinerja Perusahaan

Kinerja (business performance) adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Variabel dalam penelitian ini dikembangkan dari kinerja yang telah diteliti oleh Less dan Tsang (2001 : 599), diwakili oleh venture growth yang terdiri atas pertumbuhan penjualan, pertumbuhan keuntungan usaha. Definisi lain dikemukakan oleh Prakosa (2005) dan Ratna Kusumawati (2010:56) yang menyebutkan bahwa kinerja perusahaan merupakan " Keberhasilan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran – sasaran stratejik ygang telah ditetapkan melalui strategik inisiatif pilihan". Kinerja perusahaan yang merupakan penilaian terhadap suatu operasional perusahaan memiliki indikator – indikator yaitu :

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Produk Baru
3 .Pertumbuhan Laba
4. Produktivitas Karyawan

2.2 Kerangka Pemikiran

Sebuah perusahaan yang berdiri pada era globalisasi seperti sekarang ini tidak dapat terlepas dari pengaruh yang ada di lingkungan industri , salah satunya adalah kompetitor, konsumen dan juga lingkungan pasar. Sebuah pemilik usaha yang memiliki Orientasi kewirausahaan yang diarahkan secara tepat dan efektif pada perusahaan akan menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaan itu sendiri. Dengan dimilikinya orientasi kewirausahaan yang baik dari pelaku bisnis, maka perusahaan tersebut dianggap mampu berkembang dibanding kompetitor. Orientasi kewirausahaan dari pemilik usaha akan menunjukkan bagaimana kinerja dalam perusahaan itu sendiri, karena dengan orientasi kewirausahaan yang terarah, maka kinerja perusahaan akan terorganisir dan akan membawa berimbas pada kemajuan usaha. Orientasi kewirausahaan dan Inovasi Bisnis merupakan hal – hal yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada sebuah perusahaan. Dengan mengaplikasikan orientasi kewirausahaan yang diterapkan secara baik oleh sebuah perusahaan, dan

dilakukannya inovasi yang berdasarkan keinginan konsumen yang dilakukan secara terus menerus, maka perusahaan bisa meraih keunggulan bersaing dengan perusahaan lain yang menawarkan produk homogenya atau hampir serupa.

2.3 HIPOTESIS

Menurut Sugiyono (2009: 96), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Adapun hipotesis yang peneliti simpulkan dalam penelitian ini adalah :

- Hipotesis Utama:
  Adanya pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan.
- Sub Hipotesis:
  H1 : Terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan.
  H2 : Terdapat pengaruh antara inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan.

III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian yang digunakan penulis dalam memenuhi tugas akhir ini adalah Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan. Penelitian ini dilakukan di sentra industri kaos suci bandung.

3.2 METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif menurut Sugiyono, (2012:21).), yaitu:“Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya.

Sedangkan metode penelitian Verifikatif menurut Mashuri (2008:45), yaitu “Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.

3.2.1 DESAIN PENELITIAN

Proses penelitian meliputi:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrument penelitian
7. Kesimpulan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2006:31 Bisnis)menyatakan bahwa : “Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian penulis yaitu pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan, dengan variabel-variabel yang diteliti dapat menjadi 2, yaitu :

1. Variabel bebas/Independent (Variabel X)

Sugiyono (2008: 39) mendefinisikan tentang variabel bebas sebagai berikut :
“Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat)”. Dalam hal ini variabel bebas yang berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah, orientasi kewirausahaan dan inovasi bisnis.

2. Variabel tidak bebas/dependent (Variabel Y)

Sugiyono (2008: 40) mendefinisikan variabel terikat sebagai berikut :

“Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam hal ini variabel yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah kinerja perusahaan.

3.2.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada industri kecil menengah yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1.Observasi

Yaitu melalui pengamatan langsung ke lokasi penelitian dan mencermati hal-hal yang berhubungan dengan objek penelitian

2.Kuesioner

Yaitu merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) untuk dijawab dan penulis mendampingi responden pada saat menjawab guna memberikan penjelasan atas pertanyaan yang kurang dipahami.

3.Wawancara

Wawancara dilakukan guna mencari informasi yang berkaitan dengan fenomena yang diamati, yang belum terungkap atau kesulitan untuk digali secara mendalam melalui instrumen kuesioner

3.2.4 UNIT ANALISIS

3.2.4.1 UJI VALIDITAS

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikansi 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Dimana:

n =ukuran sampel

r =Koefisien Korelasi Pearson

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

1. Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	17,5854	7,900	,411	,692
P2	18,1220	7,442	,544	,652
P3	17,8171	7,336	,475	,673
P4	17,7073	7,642	,407	,695
P5	18,0976	7,373	,572	,644
P6	17,6220	8,682	,311	,717

2. Uji Validitas Inovasi Bisnis (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P7	29,1463	12,003	,324	,725
P8	28,8049	11,270	,509	,688
P9	29,4756	12,030	,343	,720
P10	28,8902	12,864	,312	,722
P11	28,7927	11,080	,539	,682
P12	29,4268	12,346	,310	,725
P13	28,7927	11,870	,461	,699
P14	28,8415	12,876	,309	,723
P15	28,7073	11,592	,592	,679

3. Uji Validitas Kinerja Perusahaan (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P16	10,5610	3,928	,436	,703
P17	10,3780	3,324	,586	,614
P18	10,3415	3,635	,484	,678
P19	10,4268	3,655	,543	,643

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji keberartian koefisien r reliabel atau tidak reliabel akan digunakan uji t, yang dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}. Dimana t_{hitung} dicari dengan menggunakan rumusdariHusein Umar (2006) sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r_s \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_s^2}}; dengandb = n-2$$

Keputusan pengujianreliabilitas instrumen dengan menggunakantaraf signifikan 5 %satu sisi adalah :

1. Jikat_{hitung} lebihdariatausamadengan$t_{0,05}$dengantarafsignifikan5%maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jikat_{hitung}kurangdarit$_{0,05}$dengantarafsignifikan5%satusisimakainstrument dinyatakan tidak reliabeldan tidak dapat digunakan.

Adapun hasil uji reliabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 3.6 berikut ini.

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Koefisien	Titik Kritis	Keterangan
1	Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,719	0,700	Reliabel
2	Inovasi Bisnis (X2)	0,732	0,700	Reliabel
3	Kinerja Perusahaan (Y)	0,723	0,700	Reliabel

3.2.5 RANCANGAN ANALISIS DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal

3.2.5.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telahdikumpulkanmelaluikuisionerakandiolahdenganpendekatankuantitatif. Karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

3.2.6 PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Pengujian Secara Simultan.

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{\text{Re}gresi} / k}{JK_{(\text{Re}sidu)} / \{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Bisnis) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Kinerja Perusahaan) ditolak dan sebaliknya.

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikat hipotesis sebagai berikut :

a. **Rumus uji t yang digunakan adalah :**

$$t_i = \frac{pYX1}{\sqrt{\frac{(1 - R^2 XY \ldots Xk)CRii}{(n-k-1)}}} \quad I = 1,2,3,\ldots 5$$

b. Hipotesis

H_{01};ρ=0, Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan.

H_{11} ; ρ ≠ 0, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan

H_{02};ρ=0, Inovasi Bisnis tidak berpengaruh terhadap Kinerja perusahaan.

H_{12} ; ρ ≠ 0, Inovasi Bisnis berpengaruh terhadap Kinerja perusahaan.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Rekapitulasi Skor Indikator Orientasi Kewirausahaan

Tabel berikut menggambarkan perhitungan setiap indikator dari variabel Orientasi Kewirausahaan, yang merupakan Rekapitulasi Skor X1 :

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
1	Inovatif	312	410	76.10
2	Berani Mengambil Resiko	268	410	65.37
3	Proaktif	595	820	72.56
4	Agresifitas Bersaing	579	820	70.61
Total		1822	2680	4.1

4.1.2 Rekapitulasi Skor Indikator Inovasi Bisnis

Tabel berikut menggambarkan perhitungan setiap indikator dari variabel Inovasi Bisnis, yang merupakan Rekapitulasi Skor variabel X2 :

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
1	Ide Ide Baru	257	410	62.68
2	Cara Baru Untuk Melakukan Sesuatu	879	1230	71.46
3	Kreatifitas Dalam Metode Operasi	622	820	75.85
4	Agresifitas Bersaing	320	410	78.05
Total		2674	3690	72.46

4.1.3 Rekapitulasi Skor Indikator Kinerja Perusahaan

Tabel berikut menggambarkan perhitungan setiap indikator dari variabel Kinerja Perusahaan, yang merupakan Rekapitulasi Skor variabel Y :

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
1	Pertumbuhan Penjualan	274	410	66.83
2	Pertumbuhan Produk	289	410	70.49
3	Pertumbuhan Laba	292	410	71.22
4	Produktivitas Karyawan	287	410	70.00
Total		1142	1640	69.63

4.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah analisis yang dilakukan guna mengukur dan menganalisis data kuantitatif yang akan diolah pada penelitian ini. Selain itu juga, analisis verifikatif dilakukan untuk

membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan dalam sebuah penelitian melalui uji statistik. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis korelasi dan analisis regresi linier berganda. Berikut adalah analisis verifikatif yang dilakukan pada penelitian ini

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian regresi lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan beberapa asumsiguna mengetahui apakah kesimpulan dari regresi tersebut bisa diterima, diantaranya adalah uji normlitas, uji multikolinieritas (untuk regressi linear berganda), dan uji heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, ketiga asumsi yang disebutkan diatas tersebut harus diuji karena variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini lebih dari satu.

1.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberikan bukti empiris apakah terdapat pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Inovasi Bisnis (X2) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

1.2.2.1 Model Regresi

Untuk melihat seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Inovasi Bisnis (X2) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y) dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :
Y = Kinerja Perusahaan
X_1 = Orientasi Kewirausahaan
X_2 = Inovasi Bisnis
a= Konstanta
b_1, b_2=Koefisien Regresi
Hasil pengolahan *software SPSS 20* untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut :

4.2.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Inovasi Bisnis (X_2) terhadap Kinerja Perusahaan(Y), yang mana digunakan analisis korelasi berganda (R). Output dari analisis kolerasi berganda ada pada tabel berikut**:**

Analisis Korelasi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	Sig.
1	(Constant)	12,147	1,097		,000
	Orientasi Kewirausahaan	,340	,054	,518	,000
	Inovasi Bisnis	,134	,029	,375	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

Y = 12.147 + 0,340 X1+0,134 X2+1,097

Nilai yang tertera dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = 12.147 artinya. Jika variabel Kinerja Perusahaan (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu Orientasi Kewirausahaan (X1) dan

Inovasi Bisnis (X2) atau kedua variabel bebas bernilai 0, maka besarnya rata-rata Strategi Bisnis akan Bernilai 12.147

b_1 = 0,340 artinya, untuk setiap pertambahan Orientasi Kewirausahaan (X1) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Kinerja Perusahaan (Y) sebesar 0.340. Hal tersebut berarti jika perusahaan meningkatkan manfaat dari Orientasi Kewirausahaan, maka Kinerja Perusahaan pun akan meningkat, hal tersebut sesuai dengan hal yang di kemukakan oleh

b_2= 0,134, artinya, untuk setiap pertambahan Inovasi Bisnis (X2), sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Kinerja Perusahaan (Y) sebesar 0,134, artinya jika perusahaan terus meningkatkan Kemapuan Inovasi Bisnis, maka Ki peerja Perusahaanrusahaan tersebut akan meningkat. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan

ε=1,097 artinya adalah nilai dari faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai Kinerja Perusahaan selain variabel yang diteliti oleh penulis, contohnya Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar, Kompetensi Karyawan, dan lain lain

4.2.2.3 Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan hasil output SPSS sebagai berikut :

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,774[a]	,600	,589	1,57611

a. Predictors: (Constant), Inovasi Bisnis, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Adapun perhitungan dari hasil output disana dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

KD = $(R)^2$ x 100%
= $(0,774)^2$ x 100%
= 60 %

Artinya, variabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis memberikan pengaruh sebesar 60 % terhadap Kinerja Perusahaan . Sedangkan sisanya sebesar 40 % Kinerja Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak seperti Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar, Kompetensi Karyawan, dan variabel lain yang memiliki jumlah masing – masing pengaruh variabel yang tidak dihitung oleh penulis.

Adapula pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikatnya, yang mana hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Standardized Coefficients Beta	Correlations Zero-order	Besarnya pengaruh secara parsial	Besarnya pengaruh secara parsial (%)
X1	0.518	0.702	0.363	36.4%
X2	0.375	0.629	0.235	23.6%
			0.598	60.0%

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan adalah sebesar 36,4% , sedangkan variabel Inovasi Bisnis memiliki pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan sebesar 23,6% yang mana jika kedua pengaruh tersebut ditambahkan maka akan berjumlah 60% dan sesuai dengan hasil Koefisien Determinasi dalam penelitian ini.

4.4.3 Pengujian Hipotesis

Pada pembahasan ini akan dijelaskan bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel didalam penelitian ini, yaitu Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan baik secara simultan atau parsial. Pembahasan ini dilakukan berdasarkan hasil regresi yang ditunjukkan dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 20.

4.4.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama atas suatu variabel tidak bebas digunakan ujiF.

Ho : Tidak terdapat pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan

Ha : Terdapat pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan

$\alpha = 5\%$

Statistik Uji:

$$F = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Kriteria Uji : 1. Terima Ho jika F hitung < F tabel

2. Tolak Ho jika F hitung ≥ F tabel

F tabel = $F_{\alpha\,;\,(df1,\,df2)}$; df1 = k , df2 = n-k-1

Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	59,129	,000[b]

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Inovasi Bisnis, Orientasi Kewirausahaan

Dari tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 59.129. Karena nilai F hitung 59.129 > F tabel untuk n = 82 = 3,110, maka Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan secara simultan. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Suci Rahayu (2009:2) bahwa Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan serta sengaja atau tidak melalui inovasi dan gagasan kreatif yang diwujudkan dan dilaksanakan untuk mencapai kinerja usaha yang menguntungkan.

4.4.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

4.4.3.2.1 Pengujian X_1 Terhadap Y (Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan)

$Ho_1 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan

$Ha_1 : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh dari Orientasi Kewirusahaan terhadap Kinerja Perusahaan

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak H_0 jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan *SPSS 20*, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagai berikut:

Tabel 4.81
Koefisien Uji Hipotesis Parsial X_1 Terhadap Y

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	11,075	,000
	Orientasi Kewirausahaan	6,342	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel Orientasi Kewirausahaan sebesar 6.342. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=82-2-1=79, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar ± 1,990. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_1 sebesar 3.192 > nilai t_{tabel} 1,990, maka H_0 ditolak artinya variabel Orientasi Kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan di Sentra Kaos Suci Bandung.

4.3.2.2.Pengujian X_2 Terhadap Y (Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan)

$Ho_1 : \beta_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh dari Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan

$Ha_1 : \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh dari Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak H_0 jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan *SPSS 20*, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagai berikut:

Koefisien Uji Hipotesis Parsial X_2 Terhadap Y

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	11,075	,000
	Inovasi Bisnis	4,596	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel Inovasi Bisnis sebesar 4.596. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=82-2-1=79, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar ± 1,990. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_2 sebesar 4.596 > nilai t_{tabel} 1,990, maka H_0 ditolak artinya variabel Inovasi Bisnis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan di Sentra Kaos Suci Bandung. Hasil tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh (Raharso, 2009; Prakosa, 2005; Murni, 2000 : 323). Bahwa menyimpulkan bahwa inovasi akan berdampak positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini, yaitu pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan , maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Orientasi Kewirausahaan di Sentra Kaos Suci Bandung yang didalamnya terdapat 4 indikator, yaitu Inovatif, Berani Mengambil Resiko, Proaktif dan Agresifitas Bersaing, yang mana dari keempat indikator tersebut terdapat indikator dengan skor tanggapan responden yang tertinggi, dan yang terendah, dimana indikator dengan skor tanggapan responden tertinggi adalah Inovatif, yang mana para unit usaha di Sentra Kaos Suci Bandung telah menghasilkan produk yang inovatif bagi konsumen. Dan adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variabel ini, yaitu Berani mengambil resiko , dimana para pemilik usaha di Sentra Kaos Suci Bandung masih kurang maksimal dalam hal pengambilan resiko pada usahanya sehingga dapat menimbulkan kurangnya pengembilan peluang usaha dengan resiko tinggi.
2. Inovasi Bisnis dalam penelitian ini yang didalamnya terdapat 5 Indikator, yaitu Frekuensi perkenalan produk atau layanan baru, Ide – ide Baru, Cara Melakukan Sesuatu, Kreatifitas dalam metode operasi , dan Peningkatan perkenalan produk baru yang terdapat di Sentra Kaos Suci Bandung juga terdapat indikator dengan skor teringgi dan skor terendah, dimana skor tertinggi adalah pada indikator Peningkatan pengenalan Produk baru, yang mana para unit usaha terus memperkenalkan produk baru pada konsumen dari waktu ke waktu. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator Ide – Ide Baru, yang mana para pemilik usaha di Sentra Kaos Suci Bandung masih kurang dalam hal menunagkan ide – ide baru dalam bisnis , sehingga dapat membuat konsumen merasakan kejenuhan pada produk yang dihasilkan Sentra Kaos Suci Bandung.
3. Keunggulan Bersaing yang terdapat di Sentra Kaos Suci Bandung dapat diukur dengan empat indikator yaitu Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Produk Baru, Pertumbuhan Laba, dan Produktivitas Karyawan, yang mana terdapat skor tanggapan responden tertinggi ada pada indikator Pertumbuhan Laba, artinya para pemilik usaha di Sentra Kaos Suci Bandung memperhatikan harga yang dipatok untuk produknya dapat

bersaing dengan perusahaan lain, sehingga konsumen merasa terpuaskan atas harga produk yang bersaing. Sementara skor terndah ada pada indikator Pertumbuhan Penjualan, hal tersebut berarti para pemilik usaha di Sentra Kaos Suci Bandung kurang dapat mempromosikan produknya secara berkala sehingga membuat unnit usaha kurang mengalami angkka pertumbuhan penjualan.

4. Penelitian ini, menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan , hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang erat dan signifikan dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan di Sentra Kaos Suci Bandung.

5. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dari Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang cukup erat dan signifikan dari Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan di Sentra Kaos Suci Bandung.

6. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Hal ini didasarkan pada adanya hubungan yang kuat antara variabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis dengan Kinerja Perusahaan di Sentra Kaos Suci Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang berjudul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan (Survei pada UKM Sentra Kaos Suci Bandung), penulis memberikan sedikit masukan agar dapat diterima , yang antara lain adalah sebagai berikut :

1. Penerapan Orientasi Kewirausahaan di Sentra Kaos Suci Bandung terbilang sudah baik, namun masih terdapat hal – hal yang dapat ditingkatkan yaitu salah satunya adalah penciptaan produk yang lebih inovatif sehingga hal tersebut dapat memnuhi kebutuhan para pelanggan dan unit usaha dianggap memiliki kinerja yang baik oleh konsumen.

2. Strategi Inovasi Bisnis di Sentra Kaos Suci Bandung terbilang sudah baik namun hal yang perlu di perhatikan oleh unit usaha adalah pinengkatan kinerja yang dapat menghasilkan ide - ide baru mengenai produk yang akan di pasarkan pada konsumen dan lebih berani untuk memperkenalkan produk – produk baru secara luas kepada konsumen, agar konsumen tidak mengalami kejenuhan pada produk yang dikeluarkan perusahaan, sehingga hal tersebut dapat menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

3. Kinerja Perusahaan pada unit Usaha yang terdapat pada Sentra Kaos Suci Bandung sudah masuk ke dalam kategori baik. Namun ada hal yang perlu di tingkatkan oleh unit usaha yaitu pembentukan kinerja yang maksimal agar terciptanya pertumbuhan penjualan. Perusahaan harus memperhatikan kulitas produknya dan promosi yang bisa menarik konsumen lebih banyak lagi. Hal tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan

4. Pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan di Sentra Kaos Suci bisa dibilang baik, pada kondisi ini seharusnya unit usaha dapat meningkatkan hal – hal mengenai sikap kewirausahaan agar terciptanya kinerja yang maksimal.

5. Pengaruh antara Inovasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan di Sentra Kaos Suci bisa dibilang cukup baik, pada kondisi ini seharusnya unit usaha dapat menumbuhkan kinerja yang superior sehingga menimbulkan ide – ide atau gagasan yang bersifat inovatif yang belum dapat dicapai pesaing, sehingga menimbulkan keberhasilan usaha.

6. Pengaruh antara ketiga variabel sudah memiliki keterkaitan yang baik atau signifikan, pada saat inilah para pemilik toko disentra kaos suci Bandung lebih dapat membuat penemuan baru untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang lebih maksimal yang ditunjang dengan orientasi kewirausahaan dan inovasi bisnis yang baik untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang.

Dari berbagai kesimpulan dan saran diatas, maka diharapkan adanya penelitian lanjutan tentang pengaruh orientasi pasar dan inovasi bisnis terhadap keunggulan bersaing guna memperkuat hasil dan teori yang mendukung penulis dan penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Adji Satmoko.2005.*Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Integrasi Stratejik Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang

Alteza,Muniya.2004.*Integrasi Orientasi Pasar,Inovasi dan Pembelajaran Dalam Organisasi Sebagai Strategi Keunggulan Kompetitif*.Jurnal Studi Bisnis,Volume 2 Nomor 1

Amabile, Teresa M, Regina Conti, Heather Coon, Jeffry Lazenby and Michael Herron. 1996. *Assessing the Work Environment for Creatifity*, Academy of Management Journal.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.Jakarta: Rineka Cipta.

Asep Suryana Natawiria & Riduwan. 2010. *Statistika Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Chopra, S. dan Meindl, P. (2004), *Supply Chain Management : Strategy, Planning, and Operations, 2nd edition*, Pearson-Prentice Hall, New Jersey.

Cooper, D.R. dan C.W. Emory, 2000. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi Kelima, alihbahasa Widyono Soetjipto*, Jakarta: Erlangga

Crosby ,Lawrence A and Nancy Stephens . 1987 . "*Effects Of Relationship Marketing On Satisfaction , Retention , and Prices in The Life Insurance Industry "* Journal Of Marketing Research . Vol 24 No. 4

Deshpande, R and Farley, J. 2000, "*Executive Insight: Corporate Culture and Market Orientation: comparing Indian and Japanese firms*", *Journal of International Marketing,* Vol. 7 No. 4, pp. 111-27.

Dess, G.G. and G.T. Lumpkin. 2004. *Strategic management: Creating competitive advantages*. McGraw-Hill Higher Education.

Drucker, Peter F, 2001, *The Practise of the Executive*, New York, Harperd & Brother Publisher

Dyne V.L and Graham, J. W . 2008. "*Organizational Citizenship Behavior"* Construct Redention Measurement and Validation" *Academy Management Journal.*

Bharadwaj,S.G,Varadarajan,P.R, and Pahy,J, 1993, Sustainable *Competitive Advantage in Services Industries : A Conceptual Model and Research Propositions*, Journal of Marketing, 57

Euis Dasipah. 2011. *MENGANAL* 161 *JAN DAN PESAING.* Universitas Islam 45 Bekasi

Frishammar, J. and Hörte, S.A., 2005, *"Managing external information in manufacturing firms: the impact on innovation performance"*, Journal of Product Innovation Management, 22(3): 251-266.

Ginanjar Suendro. 2010. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.* Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang

Hitt, Michael A, and Ireland, R. Duanne, Hoskisson, 2001, *Manajemen Strategis, Konsep daya saing dan globalisasi, Buku1*,Salemba Empat,Jakarta

http://www.kizzio.com/677-melakukan-inovasi.html. Diakses pada 3 Juli 2014 Pukul 04.40

http:// *pustakaonline.wordpress.com* diakses 2 Juli 2014 pukul 21.09

http:// *www.triatmojo.wordpress.com* di akses 1 juli 2014 pukul 00.28

http:// *www.Wikipedia.com* di akses 1 juli 2014 pukul 00.42

Husein Umar, 2006, Metode *Riset Bisnis*, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama

I Made Wirartha. 2006. *Metodologi Penetilian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 tentang Usaha Mikro Kecil & Menengah

Kiswanto. 2007. *IMPLEMENTASI MANAJEMEN KUALITAS DAN PENGARUHNYA PADA KINERJA PERUSAHAAN DITINJAU DARI SUDUT PANDANG TOTAL QUALITY MANAJEMEN*. Program Studi Magister Sains Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo

Kotler, Philip. 2005. *Manajamen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks

Kelompok Gramedia.

Lena Ellitan. 2006 . *STRATEGI INOVASI DAN KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA: PENDEKATAN MODEL SIMULTAN DAN MODEL SEKUENSIAL* . Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 1,

Moh. Nazir.2002, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Narumondang. 2003. *Penyusunan Anggaran Perusahaan Sebagai Alat Manajemen Dalam Pencapaian Tujuan.* Jurusan Akuntansi Universitas Sumatera Utara.

Octavia,Ade.2013. *FAKTOR-FAKTOR PENDORONG TERBENTUKNYA ORIENTASI PASAR EKSPOR BATIK JAMBI*. Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 1 No. 2 A

Orsini Depary,Astrid,2010.*Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Untuk Umum (SPBU) Di Semarang.* PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG

Porter, M. & Kramer, M. 2004. *The Competitive advantage of corporate philanthropy*, Harvard Business review, Vol.80/12, No.11, 56-58.

Porter, Michael E. 1998. *Strategi Bersaing.*Jakarta. Karisma Publishing Group

Prakosa,Bagas.2005.*Pengaruh Orientasi Pasar,Inovasi,Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing.* Jumal Studi Manajemen & Organisasl Vol. 2 No.1

Robbins, Stephen P. (2003). *Perilaku organisasi*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok GRAMEDIA

Robertson dan Wind.2002. *The Myth of Globalization.* Columbia Journal Of World Bussiness

Simintiras, Antonis, 2011. *Becoming a Market Oriented Organization*: Preparing for a New Era, Carilec 2011 CEO's Conference.

Sismanto,Adi.2006.*Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasarm dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran.*Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang

Soviadi. 2006. *ANALISIS PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, REPUTASI PERUSAHAAN DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP KESUKSESAN PRODUK BARU DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN*. Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang

Stoelhorst, J.W and Van Raaij, E.M. 2008. *On explaining performance Differentials, Marketing and the managerial theory of the firm*, Journal of Business Research. Vol 57.

Sudarmo. 2010. Gaya *Kepemimpinan Perempuan Bagi Efektivitas Organisasi. Bandung*: CV.Alfabeta.

Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV.Alfabeta.

Sugiyono. 2008. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA

Suhartati,Titi.2010.*Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Hubungan Antara Supply Chain Management Dan Kinerja.* Politeknik Negeri Jakarta

Sukadji, Soetarlinah. 2000. *Menyusun dan Mengevaluasi Laporan Penelitian*. Jakarta: UI Press.

Supranoto,Mieke.2009.*Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar,Inovasi,Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran.*Program Pascasarjana Univrsitas Diponegoro Semarang

Tjiptono,2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.

Tribuana Sensi,Dewi.2006.*Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran.*Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro

Umi,Narimawati dkk. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah:Paduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*. Jakarta: Penerbit Genesis

Umi,Narimawati,.2008.*Analisis Multifariat untuk Penelitian Ekonomi*.Yogyakarta:Graha Ilmu

UU No. 18 tahun_2002 Tentang Inovasi

Wahyono. 2002. *Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.1, No.1, Mei*. Semarang.

Wigrantoro Roes Setiyadi,Mas.2007. *Inovasi Bisnis: Dari Mimpi Hingga Prestasi*. Program Doktor Strategic Management Program Studi Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia

Yudistira.2012. *Orientasi Pasar Bagi Perusahaan.* Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Gajah Mada