PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

(Survey Sentra UKM Industri Kaos Suci Bandung)

Bobby Dwi Barori

UNIKOM

ABSTRACT

ABSTRACT

The development of the business is happening at the moment, Especially in Indonesia and generaly in the world has progressed quite rapidly, conditions of business at this time running along with the development of small and medium enterprises in Indonesia, which one is the shirt industry which development is good enough, this study uses two independent variables, namely Entrepreneur Orientation and Product Inovation, and Competitive Advantage as dependent variable.

After a literature review, and compilation hypothesis, the data is done via the method of questionnaires that distributed to 82 respondents who is business owner in Shirt Center Suci Bandung using random sampling. While the analysis performed by data processing using SPSS 20 for windows. Then do the analysis with existing data using validity, reliability, determination, multiple regression analysis and hypothesis testing using the f and t test.

The results of this study indicate that data analysis models and results of the study can received well. Entreprenur Orientation partial influence on the Competitive Advantage of business owner in Center Shirt Suci Bandung amounting to 32.2%, while Product Inovation to the Competitive Advantage of business owner in Center Shirt Suci Bandung amounting to 35.56%. Entrepreneur Orientation and Product Inovation jointly affect on Competitive Advantage of business owner in Center Shirt Suci Bandung contribute to or influence by 67.8% which means a significantly positive impact.

Keywords : Entrepreneur Orientation, Product Inovation, Competitive Advantage.

Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini khususnya yang ada di Indonesia dan pada umumnya yang ada di dunia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. dengan semakin berkembangnya dunia usaha yang ada di Indonesia pada saat ini, hal itu menandakan bahwa saat ini Indonesia sudah mulai memasuki era globalisasi. Pada era globalisasi yang terjadi pada saat ini memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat. Kondisi dunia usaha yang berjalan pada saat ini seiring dengan perkembangan dunia usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia.

Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting dalam berjalannya perekonomian yang terjadi di masyarakat. Dengan adanya Usaha kecil dan menengah diharapkan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam hal membantu pemerintah memecahkan masalah-masalah yang ada, salah satunya dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi warga masyarakat dan usaha kecil dan menengah juga dapat menciptakan unit kerja baru yang memanfaatkan tenaga - tenaga baru sehingga dapat

mendukung pendapatan yang diperoleh rumah tangga. Sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat, Bandung juga dikenal dengan peran dan fungsinya sebagai pusat pemerintahan, kota pendidikan, kota Industri kreatif, dan terutama kota tujuan wisata. Sehingga, tak mengherankan apabila perkembangan dan perubahan kota Bandung ini pun sangat pesat. Kota Bandung memiliki beberapa kawasan industri dan perdagangan yang memiliki potensi untuk menjadi pusat bisnis sekaligus tempat wisata industri yang memiliki kelas internasional di masa yang akan datang. Salah satunya adalah Sentra Kaos Suci, pusat kaos di kota Bandung ini merupakan tempat grosir kaos yang memiliki jumlah ratusan pengrajin.

Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Lumpkin dan Dess (1996;2001) dalam Kropp,*et.al* (2006), konsep dari orientasi kewirausahaan sebagai proses, praktek dan kegiatan pengambilan keputusan yang digunakan oleh pengusaha yang mengarah pada masukan baru dan dukungan peluang kewirausahaan.

Sedangkan orientasi kewirausahaan menurut Morris dan Paul dalam Fayolle (2007,p.129), orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan manajemen puncak untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan, inovatif dan untuk menunjukkan proaktif.

Pengertian Inovasi Produk

Nasution (2005:44) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan produk atau jasa baru

yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya. Dalam sisi lain produk inovasi menurut Galbraith, 1973; Schon, 1967 (dalam Lukas dan Ferrel, 2000: .240) didefinisikan sebagai proses dari penggunaan teknologi baru kedalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.

Menurut Crawford & DeBenedetto (2000: 9) inovasi produk adalah "Inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsionil/ kegunaannya." Sedangkan Nelly (dalam Suendro 2001:16) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen, dan arsitektur produk.

Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Michael E. Porter (2004:1) keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing, namun setelah beberapa dasawarsa adanya perluasan dan kemakmuran yang hebat mengakibatkan banyak perusahaan kehilangan pandangan mengenai keunggulan bersaing dalam upaya perjuangan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi.

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003:311) mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi, sedangkan menurut Prakosa (2005:53) Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar.

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan tujuan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Sesuai dengan tujuan dalam penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

Menurut Sugiyono (2010:29) metode deskriptif yaitu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Metode deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan masalah – masalah

atau fenomena tentang variabel dalam penelitian ini , yaitu Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing

Sedangkan metode penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2010:13) yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan analisis yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel, dan untuk menguji hipotesis variabel dalam penelitian ini, yaitu Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

Mengacu pada konsep diatas, dapat disimpulkan metode deskriptif verifikatif merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan objek penelitian berupa populasi dan sampel yang dikumpulkan dengan kondisi yang alamiah.

Teknik Penentuan Data

Adapun teknik penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik unit usaha di Sentra UKM Kaos Suci

Bandung, kurang lebih terdapat 409 unit usaha. Karena total jumlah populasi tidak terjangkau secara keseluruhan oleh penulis, maka penulis melakukan penarikan sampel dengan menggunakan metode *Random Sampling.*

Sampel

Menurut Sugiyono (2010:119) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *random sampling* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan jumlah pemilik unit usaha di sentra kaos Suci Bandung.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah pemilik unit usaha di sentra UKM kaos suci bandung. Sedangkan metode yang digunakan untuk penarikan sampel (n) Husein Umar (2004:78) digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%,5%,10%)

$$n = \frac{409}{1 + 409(0,1)^2}$$

$$n = \frac{409}{5,09}$$

n=81,8

n = 82(dibulatkan)

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 82 responden**.**

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan ini bertujuan untuk menguji apakah Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, maka dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

H_0 ; $\beta_1.\beta_2 = 0$, Tidak terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Kaos Suci Bandung

H_1 ; $\beta_1.\beta_2 \neq 0$, Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Kaos Suci Bandung

$\alpha = 5\%$

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 :

Tabel 4.65
Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	83,001	,000[b]

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

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

Dari tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 83.001. Karena nilai F hitung 83.001 > F tabel untuk n = 82 = 3,110, maka Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing secara simultan. Hasil hipotesis tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Miller (1983) dalam Setyawati (2013:21) bahwa orientasi kewirausahaan merupakan suatu orientasi untuk berusaha menjadi yang pertama dalam inovasi produk pasar, berani mengambil risiko dan melakukan tindakan proaktif untuk mengalahkan pesaing.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian Hipotesis Parsial Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

$Ho_1 : \beta_1 = 0$	Tidak terdapat pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing
$H_{11} : \beta_1 \neq 0$	Terdapat pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

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 4.66
Koefisien Uji Hipotesis Parsial Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,614	,001
	Orientasi Kewirausahaan	6,142	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel Orientasi Kewirausahaan sebesar 6.142. 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 6142 > nilai t_{tabel} 1,990, maka H_0 ditolak artinya variabel Orientasi Kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Kaos Suci Bandung. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh (Slater & Narver,1995,p.65) dalam Suryanita (2006:1) bahwa orientasi kewirausahaan telah menjadi sesuatu yang kritis dan mendesak bagi perusahaan yang menghadapi persaingan dan tekanan dalam pasar yang terus meningkat.

Pengujian Hipotesis Parsial Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

$Ho_1 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh dari Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

$H_{11} : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh dari Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

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_2 sebagai berikut:

Tabel 4.67
Koefisien Uji Hipotesis Parsial Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,614	,001
	Inovasi Produk	6,607	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel Inovasi Produk sebesar 6,607. 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 3,614 > nilai t_{tabel} 1,990, maka H_0 ditolak artinya variabel Inovasi Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Kaos Suci Bandung sebagaimana yang diungkapkan oleh Gaynor (dalam Ellitan dan Anatan, 2009:6) bahwa inovasi produk dan teknologi baru merupakan cara terpenting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggan dan mencapai keunggulan kompetitif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan BAB IV mengenai pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tanggapan para responden, Orientasi Kewirausahaan berada pada kategori cukup berorientasi, yang diolah melalui 3 indikator yaitu inovatif, proaktif, keberanian mengambil resiko. Dari jumlah skor total dapat diketahui bahwa

indikator keberanian mengambil resiko berada pada kategori cukup baik dan memiliki skor dalam % terendah diantara indikator – indikator yang lain. Sedangkan pada indikator inovatif berada pada kategori baik dan memiliki skor dalam % tertinggi diantara indikator – indikator yang lain.

2. Berdasarkan tanggapan para responden, Inovasi Produk berada pada kategori berinovasi, yang diolah melalui 3 indikator yaitu perluasan produk, peniruan produk, produk baru. Dari jumlah skor total dapat diketahui bahwa indikator perluasan produk berada pada kategori yang baik dan memiliki skor terbesar diantara indikator – indikator yang lainnya. Sedangkan pada peniruan produk berada pada kategori yang cukup baik, dan memiliki skor terkecil diantara indikator – indikator yang lainnya.
3. Berdasarkan tanggapan para responden, Keunggulan bersaing pada kategori baik, yang diolah melalui 3 indikator yaitu keunggulan biaya, Diferensiasi, fokus. Dari jumlah skor total dapat diketahui bahwa indikator diferensiasi berada pada kategori yang baik dan memiliki skor terbesar diantara indikator – indikator yang lainnya. Sedangkan indikator fokus berada pada kategori yang cukup baik, dan memiliki skor terkecil diantara indikator – indikator lainnya.
4. Berdasarkan hasil hipotesis menunjukan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

Keunggulan Bersaing, Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran – saran yang dapat berguna mengenai pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung, diantaranya :

1. Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung berdasarkan pada hasil rekapitulasi skor sudah cukup berorientasi, dan bila dilihat dari indikator Inovatif masih rendah bila dibandingkan dengan indikator lainnya, seharusnya pemilik unit usaha Kaos Suci Bandung memiliki cara berpikir yang inovatif cukup tinggi, agar terus dapat memiliki gagasan – gagasan atau ide yang baik dalam berkreasi pada produksi kaos, dan hasil produksi nantinya tidak hanya dapat diterima oleh konsumen dalam negeri melainkan juga konsumen di luar negeri, sehingga dapat memperluas pasar bagi produk yang dihasilkan.
2. Inovasi Produk pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung berdasarkan pada hasil rekapitulasi skor sudah berinovasi, tetapi ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan inovasi yaitu pengembangan produk yang sudah ada masih kurang, sehingga

produk cenderung memiliki nilai tambah yang tetap di mata konsumen dan pemilik unit usaha masih kurang dalam melakukan peniruan produk yang sedang digemari masyarakat, sehingga mengakibatkan terjadinya penurunan kemampuan dalam bersaing dengan para pesaing. Sebaiknya pemilik unit usaha selalu melakukan perbaikan dan pengembangan pada produk yang dihasilkan sehingga akan meningkatkan nilai lebih dimata konsumen, dan para pemilik unit usaha seharusnya melakukan pengamatan produk kaos seperti apa yang sedang digemari konsumen, karena keinginan konsumen yang selalu berubah – ubah dari waktu ke waktu.

3. Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung berdasarkan pada hasil rekapitulasi skor sudah baik, akan tetapi pemilik unit usaha masih ragu dalam menentukan segmen – segmen tertentu pada hasil produksi, sehingga produk yang dihasilkan masih ditujukan untuk berbagai kalangan. Seharusnya pemilik unit usaha bisa menetapkan segmen – segmen tertentu pada produk yang dihasilkan, sehingga bisa diketahui produk pada segmen yang bagaimana yang memiliki tingkat penjualan sangat tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan yang diterima.
4. Pengaruh ketiga variabel sudah memiliki keterkaitan yang baik atau signifikan, pada saat ini para pemilik usaha di Sentra Industri Kaos Suci Bandung seharusnya memiliki ide – ide baru yang

kreatif yang dapat dituangkan pada produk yang akan di produksi sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak lagi dengan terjadinya peningkatan penjualan para pemilik unit usaha dapat memiliki kemampuan untuk bersaing dengan industri – industri yang bermunculan di kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

Bagas Prakosa (2005). *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Danorientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang). Jumal Studi Manajemen & Organisasl Vol. 2 No. 1 Januari 2005*

David, Fred R. (2004) Manajemen Strategis Konsep-konsep. Edisi ke-9. Ahli bahasa Kresno Sansu. Indeks,Jakarta

Dedi Utama. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Budaya Organisasi Terhadap Kemampuan Manajemen Serta Dampaknya Pada Kinerja Perusahaan di PT. Suka Dadi*. Skripsi : Universitas Bina Nusantara.

Ellitan, L., dan Anatan, L. 2009. *Manajemen Inovasi ; Transformasi Menuju organisasi Kelas Dunia*, Alfabeta, Bandung.

Erkaningrum, F, Indri. 2009. *Pengalihan Fungsi Layanan Internal Dalam Trend Bisnis Global.* Jurnal Ilmiah Sosial "Caritas pro Serviam", Edisi XVIII, November 2009 (ISSN : 1410 4547, ASMI Santa Maria Yogyakarta), Hal 85.

Fayolle Alain .(2007). *Handbook of Research in Entrepreneruship Education, Volume 1 A General Perspective*. 2007. MPG Books Lts, Bodmin, Cornwall :Great Britain

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Cetakan IV,Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Husein Umar, 2004, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Cet ke 6, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Isa, Muzakar. 2011. *Analisi Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Kinerja Industri Mebel*. *BENEFIT jurnal Manajemen*

dan bisnis volume 15, Nomor 2, Desember 2011,hlm 159-168

Knight, G. 2000. Entrepreneurship and Marketing Strategy: the SME Under Globalization. *Journal of International Marketing*, ISSN 1069-031X, Vol.8, No.2 (2000),

Kropp, F., Lindsay N.J., Shoham, A, 2006. *Entrepreneurial, Market, and Learning Orientations and international entrepreneurial business venture performance in South African Firms*. Journal International Marketing Review, **35** (5) : 504 – 523.

Marmawi. (2009). Persamaan *Gender* dalam Pengembangan Diri. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*.1(2): 173-179.

Metekohy, Stellamaris. 2013. *Pengaruh Strategi Resource-Based dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kecil dan Usaha Mikro (Studi pada Usaha Jasa Etnis Maluku).* jurnal Aplikasi Manajemen Volume 11 Nomor 1 Maret 2013 2013 ISSN: 1693-5241. *Hlm 12-20.*

Nasution,M.N. 2005. *Total Quality Management.* PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Perdana, Kharisma. 2011. *Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Prestasi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Sumatera Barat.* Skripsi : Universitas Andalas.

Perminas, Pangeran. 2012. *Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Kinerja Keuangan Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil dan Menengah. JRMB, Vol 1, No 1 Juni 2012. Hlm 1-15.*

Purnama dan Setiawan. (2003). *Analisis pengaruh sumber-sumber keunggulan bersaing Bidang pemasaran terhadap kinerja perusahaan Manufaktur di Indonesia.* Jurnal Bisnis.

Putu, A, Ardiana. Komang, Samisi, 2013. *Pengaruh Struktur Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi. E-*Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.2 2013 ISSN : 2302-8556 *Hlm 451-469.*

Sangen, M. 2005. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Budaya terhadap Kinerja Usaha Kecil Etnis Cina, Bugis, Jawa, Dan Banjar (Studi Pada Industri Pengelolahan pangan di Kalimantan Selatan)*, Disertasi Program Pascasarjaan Universitas Brawijaya Malang.

Setyawati, Harini, Abrilia. 2013. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui*

Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen. hlm 20-31.

Sitepu, T, Agripa. 2013. *Beban Kerja dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Tabungan Negara TBK Cabang Manado.* Jurnal EMBA Volume 1 Nomor 4 Desember 2013 ISSN : 2303-1174 *Hlm 1123-1133.*

Sugiyono. (2010), "*Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif & RND*", Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2007), "*MetodelogiPenelitianAdministrasi*", Alfabeta Bandung.

Suryana. (2001). *Kewirauahaan. Salemba Empat*, Jakarta

Suryanita, Andriani. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinelja Pemasaran (Studi Empirik pada Industri Pakaian Jadi di Kota Semarang).* Tesis S2, Universitas Diponegoro, Semarang.

Susetyarsi. 2013. *Analisis Pengaruh Atribut Produk Pada Mobil Toyota Avanza Ditinjau Dari Segi Interior, Eksterior dan Mesin Terhadap Loyalitas Konsumen Di Semarang.* Jurnal STIE Semarang, Vol 5 No 1 Edisi Februari 2013 ISSN : 2252-7826 *Hlm 71-80.*

Tribuana dewi, Sensi. *2006, Analisis Pengaruh OrientasiI Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran* , Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Umi Narimawati. 2010. *PenulisanKaryaIlmiah. Jakarta: Penerbit Genesis.*