ABSTRAK

KEUNGGULAN BERSAING DIPENGARUHI KREATIVITAS DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PELAKU BISNIS KULINER DI KECAMATAN PAMANUKAN)

Oleh :
MUHAMMAD REZA RAMADHAN
21212003

Dosen Pembimbing :
Trustorini Handayani,SE., M.Si
NIP. 4127.34.02.012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan pada Pelaku Bisnis Kuliner di Kecamatan Pamanukan Kabupaten Subang, juga untuk mengetahui pengaruh Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing baik secara simultan maupun parsial di Pelaku Usaha Kuliner di Kecamatan Pamanukan Kabupaten Subang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif dan Verifikatif, sedangkan data yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuisioner langsung kepada pelaku bisnis kuliner di kecamatan Pamanukan serta data-data pendukung lainnya. Pengujian statistik yang digunakan adalah Analisi Regresi Linear Berganda, Analisis korelasi Pearson Product Moment, Analisa Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis yang dihitung menggunakan aplikasi *SPSS 17 for Windows*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Kreativitas secara pasial berpengaruh terhadap variabel Keunggulan Bersaing serta variabel Orientasi Kewirausahaan secara Parsial berpengaruh terhadap varieble Keunggulan bersaing serta variabel Kreativitas dan variabel Orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Kreativitas, Orientasi Kewirausahaan, dan Kuliner

PENDAHULUAN

Berbicara mengenai bisnis, tidak akan ada habisnya, setiap hari selalu saja ada bisnis baru yang muncul dari ide-ide kreatif seorang manusia. Kenapa tidak, manusia dianugrahkan dengan akal dan pikiran, yang tentunya akan membuat mereka semakin berkembang dari hari ke hari. Hal ini terjadi pada Perkembangan Bisnis di Indonesia Khususnya dalam Bisnis Kuliner atau Makanan dan Minuman yang semakin berkembang pesat saat ini baik di Kota-Kota besar maupun di Daerah lain, terbukti dengan semakin banyaknya orang yang ingin masuk dalam Bisnis Kuliner ini dan hal ini terlihat pada maraknya jumlah usaha atau Bisnis Kuliner seperti Rumah Makan, Cafe, Bar, maupun Usaha semacamnya.

Kecamatan Pamanukan ialah sebuah Kecamatan di utara Kota Bandung dan masuk dalam wilayah Kabupaten Subang, Kecamatan Pamanukan sendiri merupaka Kecamatan yang lumayan maju dan ramai bukan hanya karena Kecamatan Pamanukan dilalui salah satu jalur transportasi terkenal yaitu Jalur Pantura tetapi juga karena ramainya perdagangan dan kegiatan Ekonomi di wilayah tersebut, tidak hanya kegiatan Ekonomi dari segi pertanian saja namun kegiatan ekonomi dari segi bisnispun sedang berkembang pesat hal ini terbukti dari makin banyaknya usaha-usaha kreatif yang bermunculan.

Pada tahun 2016 terhitung ada lebih dari puluhan Bisnis kuliner yang ada di wilayah Kecamatan Pamanukan mulai dari Bisnis kuliner skala besar sampai kecil, dari mulai Restoran, Cafe, Kedai Makan, Bar, dan Pedagang Kaki Lima di pinngir jalan. Semakin banyaknnya Bisnis dalam suatu Bidang yang sama membuat Persaingan di Bisnis tersebut meningkat dan suatu Bisnis harus memiliki suatu Keunggulan Bersaing agar dapat terus bertahan dalam persaingan dan hal inilah yang banyak dan sedang terjadi di Kecamatan Pamanukan Kabupaten Subang. Keunggulan Bersaing sendiri ialah "Kemampuan suatu Perusahaan untuk memberikan *Value Added (Nilai Lebih)* terhadap produknya dibandingkan dengan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi Pelanggan (Styagraha 1994:45 dalam Putu et Al 2013:67)."

Berdasarkan survei awal tersebut di dapatkan kesimpulan atau hasil sebagai berikut seperti untuk Kreativitas ada masalah pada Ide baru dan Inovasi banyak yang menjawab tidak karena para pemilik usaha merasa yakin pada produk yang mereka jual sedangkan untuk penyermpunaan ide banyak yang menjawab iya namun bukan ide baru atau inovasi baru yang

disempurnakan tapi ide atau produk mereka saat ini saja, selain itu kebanyakan produk yang ditawarkan para pengusaha kuliner di kecamatan Pamanukan hanya produk copy paste dari daerah lain namun produk tersebut merupakan produk baru di daerah Kecamatan Pamanukan Kabupaten Subang. Kreavitas sendiri ialah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang (Zimmerer, 2008:57). Selanjutnya untuk Orientasi kewirausahan terdapat pada masalah di Indikator Inovatif serta proaktif terhadap suatu hal kebanyakan menjawab tidak karena minimnya ilmu bisnis yang pelaku usaha punya sedangkan untuk berani mengambil resiko 80% serempak menjawab tidak yang berarti para pelaku usaha di Kecamatan Pamanukan cenderung tidak mau mengambil resiko bahkan untuk kemajuan usahanyapun mereka cenderung tidak mau. Orientasi Kewirausahaan sendiri ialah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar dan sumber daya menuju untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Meike Supranoto 2009:21) Terakhir untuk keunggulan bersaing ada masalah pada indikator kualitas produk dan harga bersaing mereka kebanyakan menjawab iya dikarenakan mereka merasa yakin bahwa produk yang mereka tawarkan mempunyai kualitas produk yang baik dan harga yang mereka berikan pun sudah murah menurut pandangan mereka dan untuk keunikan produk mereka kebanyakan menjawab tidak karena produk yang mereka jual sudah umum dan hanya sebuah produk copy paste dari daerah lain.

Secara umum Keunggulan bersaing dari Para pengusaha Kuliner di Kecamatan Pamanukan masih dibawah Kecamatan-Kecamatan lain yang berada di Jalur Pantura misalnya dengan kecamatan Ciasem Kabupaten Subang dan Kecamatan Pusakanegara Kabupaten Indramayu. Jika dilihat dari aspek omset bersih perbulan

KAJIAN TEORITIS

Keunggulan Bersaing

Definisi keunggulan bersaing menurut Styagraha (1994:45) dalam Putu *et al*. (2013:67) ialah sebagai berikut:

"Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan *value added* (nilai lebih) terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan".

Menurut Longenecker, Moore, dan Petty (2003:30) keunggulan bersaing adalah sebagai berikut:

"*Competitive advantage is a benefit that exists when a firm has a product or service that is seen by its target market as better than those of competitors*".

Sedangkan H. Basri (2005:40) menyatakan keunggulan bersaing adalah sebagai berikut:

”*Competitive advantage* adalah kemampuan negara dalam memenangkan persaingan dengan negara yang lain”.

Menurut 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”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian dari keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dan dapat melihat target pasar lebih baik dari kompetitornya dalam rangka memenangkan persaingan dengan perusahaan lain

Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang (Zimmerer, 2008:57). Menurut Ted Levitt dari Hardvard (dalam Zimmerer, 2008:57), ”Kreativitas adalah memikirkan hal-hal baru”.

Menurut (Sitohang, 2006). Miles dan Snow (1978:178) dalam (Lila Fitria Sari, 2013) Kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki dan yang bersumber dari pihak konsumen

Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Atribut orang yang kreatif adalah : terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar-kemampuan untuk mengenerik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap feno-mena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif.

Memahami kreativitas (daya cipta) akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang kewirausahaan. Peran sentral dalam kewirausahaan adalah adanya kemampuan yang kuat untuk menciptakan (*to create or to*

innovate) sesuatu yang baru, misalnya: sebuah organisasi baru, pandangan baru tentang pasar, nilai-nilai *corporate* baru, proses-proses manufacture yang baru, produk-produk dan jasa-jasa baru, cara-cara baru dalam mengelola sesuatu, cara-cara baru dalam pengambilan keputusan.

Suryana (2003:10) menyatakan bahwa kreativitas adalah: "Berpikir sesuatu yang baru". "Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang".

Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya. Kretivitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan).

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.

Sementara itu pengertian lain disebutkan oleh Utami (2012:4) yang mengemukakan bahwa "Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan yang menuju pada new entry. Orientasi kewirausahaan muncul dari perspektif pilihan strategis yang menyatakan bahwa peluang new entry untuk berhasil sangat tergantung pada kinerja yang menjadi tujuan".

Menurut Knight (2000) dalam Muzakar Isa (2011:162). istilah Orientasi Kewirausahaan adalah sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha.

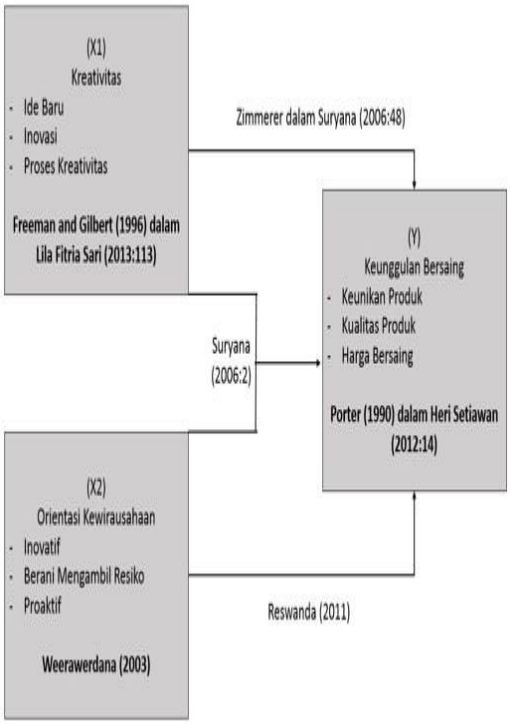
Defenisi lain dikemukakan oleh Weerawardena 2003 dalam Meike Supranoto (2009:21) bahwa "Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan".

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

Dari berbagai pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah strategi perusahaan untuk masuk kedalam pasar tertentu yang mana didalamnya terdapat kegiatan kegiatan yang

tergantung pada tujuan perusahaan itu sendiri.

Paradigma Penelitian



Hipotesis

Pengertian hipotesis menurut Sadino Sukirno (2004:15), "Hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai bagaimana variabel-variabel yang dibicarakan berkaitan satu sama lain". Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dibutuhkan suatu pengujian hipotesis untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel x1 terhadap y, variabel x2 terhadap y. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H^1 Orientasi Kewirausahaan memiliki Pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

H^2 Kreativitas memiliki Pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

H^3 Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek dalam Penelitian ini adalah Kreativitas, Orientasi Kewirausahaan, dan Keunggulan Bersaing. Penelitian ini dilakukan pada pelaku bisnis kuliner di Kecamatan Pamanukan Kabupaten Subang, dengan memilih responden penelitian adalah para pemilik atau pelaku bisnis tersebut.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Sumber Data

sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dimana data yang diperoleh penulis merupakan data yang diperoleh secara langsung, dengan mengadakan penelitian dan kuesioner. Data

sekunder yaitu data yang diperoleh setelah diolah oleh pihak lain. Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah para pelaku Bisnis Kuliner di Kecamatan Pamanukan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data-data yang ada di Kantor Desa Pamanukan serta dari Pelaku Bisnis tersebut.

Populasi

Unit analisis dalam penelitian ini adalah para pelaku Bisnis Kuliner yang sudah maju sebanyak 21 pelaku usaha.

Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 21 responden dari jumlah populasi yang berjumlah 21 pelaku bisnis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Untuk Jenis kelamin dari 21 responden, 13 orang (61.9%) adalah Pria dan 8 orang (38.1%) adalah Wanita. Untuk usia responden dari 21 responden, 2 orang (9.5%) diantaranya berusia antara < 25 tahun, 9 orang (42.8%) diantaranya berusia antara 26-35 tahun, 7 orang (33.3%) diantaranya berusia antara 36-45 tahun, 3 orang (14.3%) diantaranya berusia lebih dari 46 tahun. Untuk Jejnjang Pendidikan responden dari 21 responden, 0 orang yang memiliki jenjang pendidikan sampai Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan selanjutnya sebanyak 15 (71.4%) Responden memiliki jenjang pendidikan samapai Sekolah Menegah Atas atau Kejuruan (SMA & SMK) dan hanya 6 (28,%) orang yang memiliki jenjang pendidikan sampai Universitas atau sarjana(9.5%).Untuk omset responden dari 21 responden, sebanyak 10 responden mempunyai omset perbulan dikisaran 1-5 juta perbulan yang bisa dikatakan kurang baik bagi usaha kuliner jika mendapatkan omset perbulan dikisaran tersebut. Selanjutnya ada 7 Responden yang mempunyai penghasilan atau omset perbulan dikisaran 6-10 Juta yang bisa diartikan cukup baik serta ada 3 responden yang berada di kisaran 11-15 juta rupiah omset perbulan dan masuk kategori baik serta ada 1 responden yang mempunyai penghasilan dikisaran 1-20 juta lebih

Hasil Analisis Data

Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.394	1.159		-.340	.737
	Kreativitas	.479	.151	.533	3.171	.005
	Or Kewirausahaan	.374	.169	.371	2.206	.041

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai (a) konstanta sebesar -0.394 sementara untuk bX_1 sebesar 0.479 dan bX_2 sebesar 0.374, dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

Nilai a, b_1 dan b_2 dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$Y = -0.394 + 0.479X_1 + 0.374X_2 +$

Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah -0.394 artinya jika kreativitas dan orientasi kewirausahaan bernilai 0, maka keunggulan bersaing akan tetap bernilai -0.394.

Koefisien Regresi kreativitas sebesar 0.479 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan kreativitas sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0.479.

Koefisien Regresi orientasi kewirausahaan sebesar 0.374 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan orientasi kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0.374.

Uji Hipotesis

Uji T

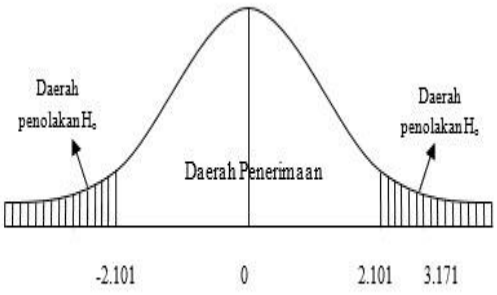
Tabel Uji T (Parsial)

Coefficients[a]

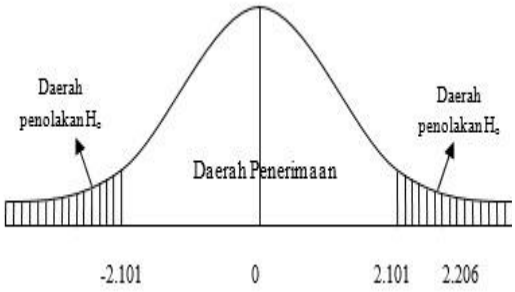
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.394	1.159		-.340	.737
	Kreativitas	.479	.151	.533	3.171	.005
	Or Kewirausahaan	.374	.169	.371	2.206	.041

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari output tabel diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel kreativitas sebesar 3.171, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untukdf = (α/2 ; n-k-1) = 0,05/2 ; 21 – 2 – 1 = (0.025 ; 18) yaitu 2.101, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3.171 > 2.101) dan sig (0.005 < 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Keunggulan Bersaing dipengaruhi kreativitas. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.26



Uji F

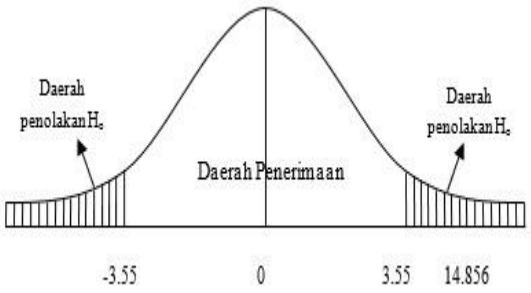
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.179	2	27.589	14.856	.000[a]
	Residual	33.428	18	1.857		
	Total	88.607	20			

a. Predictors: (Constant), Or Kewirausahaan, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari output tabel diatas didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 14.856, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untuk df1 = k - 1 = 3 – 1 = 2 dan untuk df2 = n – k = 21 – 3 = 18 sehingga didapat f_{tabel} (2 ; 18) sebesar 3,55 dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (14.856 > 3,55) dan sig (0.000 < 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Keunggulan bersaing pada Sentra Kuliner Kec. Pamanukan, Subang dipengaruhi oleh kreativitas dan orientasi kewirausahaan. Menurut Suryana (2006:2) mengungkapkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreativ dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Keunggulan Bersaing Dipengaruhi Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan (Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Kuliner Kecamatan Pamanukan), maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keunggulan bersaing para pelaku bisnis kuliner di Kec. Pamanukan berada pada kategori cukup baik dengan indikator harga dengan tingkat tertinggi sedangkan indikator kualitas dengan tingkat terendah dalam kategori kurang baik..
2. Kreativitas para pelaku bisnis kuliner di Kec. Pamanukan berada pada kategori cukup baik dengan indikator inovasi dengan tingkat tertinggi sedangkan indikator proses kreativitas dengan tingkat terendah dalam kategori cukup baik.
3. Orientasi Kewirausahaan para pelaku bisnis kuliner di Kec. Pamanukan berada pada kategori cukup baik dengan indikator inovatif dan proaktif dengan tingkat tertinggi sedangkan indikator berani mengambil resiko dengan tingkat terendah tetapi masih dalam kategori cukup baik..
4. Secara parsial kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing para pelaku bisnis kuliner di Kec. Pamnukan dan orientasi kewirausahaan pun berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing para pelaku bisnis kuliner di Kec. Pamnukan. Lalu secara simultan kreativitas dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat maka penulis selanjutnya penulis memberikan saran-saran mengenai Keunggulan Bersaing Dipengaruhi Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan (Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Kuliner Kecamatan Pamanukan), diantaranya:

1. Keunggulan bersaing yang sudah cukup baik dapat ditingkatkan dengan mengutamakan kualitas dari segi cita rasa dengan menambahkan *topping* atau memperbesar ukuran dari makanan tersebut.
2. Kreativitas yang sudah cukup baik dapat ditingkatkan dengan lebih memerhatikan proses kreativitas dengan lebih sering mencari informasi mengenai produk kuliner terbaru ataupun bahan baku terbaru baik di media internet

maupun media cetak agar proses kreativitas dapat meningkat.

3. Orientasi kewirausahaan yang sudah cukup baik dapat ditingkatkan dengan lebih berani mengambil resiko seperti mencoba menu baru dalam varian produk makanan yg dijual sehingga dapat menarik bagi konsumen.
4. Pengaruh kreativitas dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing secara parsial maupun simultan adalah positif dan signifikan maka untuk meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan harus meningkatkan kreativitas dan orientasi kewiraushaan dengan baik agar keunggulan bersaing para pengusaha kuliner di Kec. Pamanukan akan lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Azka Ghafoor, Tahir Masood Qureshi, Hassan. 2011 *Mediating Role Of Creativity Self- Efficacy. African Journal of Business Management Vol. 5(27), pp. 11093-11103, 9 November, 2011.*

Andriani Suryanita. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.

Bisnis. Vol.7, No. 1, Juni. ISSN: 1907-7343

Basri H. 2005 *Pengantar Bisnis.* Yogyakarta : BPFE

Chyntia Vanessa Djodjobo dan Hendra N Tawas. 2014 *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado.* Jurnal EMBA, Vol.2 No.3, September. Hal. 1214-1224. ISSN 2303-1174

Chris Barker, Nancy Pistrang & Robert Elliot (2002). *Research Methods in Clinical Psychology*. (2nd ed.). John Wiley & Sons, LTD Chichester England.

Deden A.Wahab. 2013 *Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil*

Deden, A., Janvita, J. Sudirham. 2012. *Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil.*

Ernani Hadiyati. 2011 *Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil (PERSERO)*

Eddy Soeryanto Soegoto. 2009. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: PT. Elex

Media Komputindo

Fitria sari lila 2013, *Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran pedagang pakaian jadi di pasar kliwon kabupaten kudus*, management analysis journal 2 (1) issn 2252-6552 Ilmiah-Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Indonesia. Jurnal Akreditasi No.55a/DIKTI/Kep/2006 Fakultas Ekonomi

Glueck, W.F., Jauch,L.R. 1999. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Alih Bahasa oleh Renaldi Kasali. Jakarta: Erlangga.

Hanifah, Syukriy Abdullah(2001), *Pengaruh Perilaku Belajajar Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Akuntansi*, Media Riset Akuntansi, Auditing dan informasi, Volume 1, No 3, 63-68

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

Kotler, Philip & Keller K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran, Thirteenth edition*. Jilid 1, PT. Erlangga, Jakarta

Knight, G.A. 2000. *Entrepreneurship and marketing Strategy: The SME Under Globalisation. Journal of International Marketing*, Vol 8(2): 12-32.

Longenecker, Moore and Petty, 2003, *Small Business Managemen an Entrepreneurial Empashis*, Thomson Southwestern

Lumpkin, G.T. and Dess, G.G.2001. *Linking Two Dimensions of EO to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle.* Journal Business V enturing,Vol 16(5): 429-451.

Mega Usvita. 2015 *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survei pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang.* Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 3, Nomor 1, Januari 2015, Hal, 31-37 ISSN 2337-3997

M. Wandra Utama. 2009. *Pengaruh Adaptabilitas Lingkungan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kualitas Aliansi Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Tesis.

Universitas Diponegoro, Semarang.

M. Farooq Hussain and Saqib Ilyas. 2010 *Environment for innovation: Gaining Competitive Advantage*

Perminas Pangeran. 2012. *Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Keuangan*

Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Jurnal Riset Manajemen

dan Prasetya, Hery dan Fitri Lukiastuti. 2009. *Manajemen Operasi,* Medpres (Anggota IKAPI), Jakarta.

Petter Swann and Daniel Birk. 2005. Dikutip dalam buku *How do Creativity and Design*

Enchance Business Performence ? a Frame Work for Interpreting the Evidence.

Perminas Pangeran.2012. *Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Keuangan*

Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Jurnal Riset Manajemen & Bisnis, Vol 7, No.1, 1-15, ISSN : 1907-7343

Purwati dan Heri Setiawan. (2012). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap*

Keputusan Pembelian Honda Motor Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi. Volume 2 Nomor 3 hal 272.

Reswanda. 2011. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi,*

Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Pemasaran.

Shihping Kevin Huanga , Yu-Lin Wangb , b∗. 2011. *Entrepreneurial orientation, learning*

orientation, and innovation in small and medium enterprises. Procedia Social and Behavioral Sciences 24 (2011) 563–570

Sundgren et al, 2005. di kutip oleh Dr. Gabor et al. dalam *The Impact of Creative*

Organizational Climate on the Innovation Activity of Medical devices Manufacturing Firms in Hungary. European Journal of Bussines and Management

Suryana, 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses,* Jakarta:

PT.Salemba Empat

Suryana. 2006 *Kewirausahaan*. Salemba Empat, Jakarta

Sugiyono. 2012 *Statistika untuk Penelitian*. Alpabeta, Bandung.

Sugiyono, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA.

Styagraha, 1994. *Putu Et Al.*

Situmorang, Syafrizal Helmi dan Muslich Lutfi. 2011. *Analisis Data Untuk Riset Manajemen*

Dan Bisnis, Edisi 2, Medan : USU Press.

Thommas W. Zimmerer. 2008 *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba

Empat, Jakarta

Umar Husein. 2006 *Strategic Manajemen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Umi Narimawati. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi: Genesis

Umi Narimawati. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*: Teori dan Aplikasi.

UNIKOM

Umi, Narimawati., Sri Dewi, A., & Linna, I. 2010. PENULISAN KARYA ILMIAH:

Panduan Awal Menyusun skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM, Bekasi : Genesis

Winardi. 2003. *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Kencana Prenada Media Group.

Weerawardena, Jay. 2003. *Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive*

Strategy. European Journal of Marketing. Vol. 37, 407-429.

Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. 2005. *Essential of Entrepreneurship*

and Small business Management, Edisi 4, United States of America: Pearson Prentice Hall.