IMPLEMENTASI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK PADA SENTRA INDUSTRI TAS LEUWISARI BANDUNG

Oleh :

Aditya Eka Pratama

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi keunggulan bersaing melalui orientasi kewirausahaan dan inovasi produk pada sentra industri tas Leuwisari Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif – verifikatif, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh atau sensus. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis korelasi analisis koefisien determinasi dengan uji hipotesis menggunakan uji-T dan uji-F dengan menggunakan software SPSS 21.0. Hasil penelitian yang diperoleh dengan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut : Keunggulan Bersaing = 2,523 + 0,476 (Orientasi Kewirausahaan) + 0,589 (Inovasi Produk) + 22,9 (ε). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang paling dominan terhadap keunggulan bersaing di sentra industri tas Leuwisari Bandung adalah inovasi produk dengan kontribusi 43,1%.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing

The Implementation of Competitive Advantage through Entrepreneurship Orientation and Product Innovation of Leuwisari bag Industrial Centre at Bandung

Abstract : This study aims to analyze the implementation of competitive advantage through entrepreneurship orientation and product innovation in sentral indutri Tas Leuwisari of Bandung. The method used in this research is descriptive - verifictive method, the sample used in this research is saturated or census sampling. The analysis is used multiple linear regression analysis, classical assumption test, correlation analysis of determination coefficient analysis of hypothesis test using T-test and F-test using SPSS 21.0 software. The results obtained by multiple linear regression analysis are as follows: Competitive Advantage = 2,523 + 0,476 (Orientation of Entrepreneurship) + 0,589 (Product Innovation) + 22,9 (ε). The results showed that the most dominant influence on the competitive advantage in Leuwisari bag industry center Bandung is product innovation with 43.1% contribution.

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Keinginan berwirausaha biasanya muncul karena kegemaran terhadap jenis usaha, memiliki impian personal, serta keinginan untuk mandiri (Echdar, 2013:42). Semakin banyak persaingan dalam dunia usaha dalam era globalisasi ini membuat setiap pelaku usaha bisnis harus mampu memikirkan hal apa saja yang harus mereka lakukan agar usaha yang mereka jalankan mampu bersaing sehingga menghasilkan keunggulan bersaing yang cukup maksimal dalam usaha yang mereka jalankan.

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami perkembangan yang pesat. Pada tahun 2015, jumlah UMKM di Indonesia berkisar 3,67 juta UMKM (diolah dari BPS, 2016). Perkembangan ini disebabkan karena iklim usaha yang mulai membaik. Kebijakan yang

diberikan pemerintahan mulai berpihak pada pelaku UMKM akan mampu meningkatkan kesuksesan UMKM tersebut (Lee, Ahn, & Han, 2006; Mouriuchi & Takahashi, 2016). UMKM yang berkembang akan memperbanyak aktivitas kewirausahaan di Indonesia. Salah satu yang menginspirasi pertumbuhan ekonomi di negara berkembang adalah aktivitas ekonomi (Harper, 1991).

Salah satu industri yang menarik untuk diperhatikan adalah Industri Tas Leuwisari yang sudah ada sejak tahun 1990'an terletak di JL. Leuwisari-Leuwi Panjang sebuah komplek perumahan yang merupakan produsen yang memberikan jasa pembuatan tas khususnya untuk souvenir, menurut warga sekitar saat tahun 1990'an hingga akhir tahun 2000 setiap rumah di Leuwisari memproduksi tas terdapat sekitar 60 pengrajin tas pada saat itu, sehingga daerah tersebut disebut sentra industri tas hingga pemerintah menetapkan sebagai sentra industri tas di Kota Bandung, dari wawancara yang dilakukan dengan beberapa pengrajin yang tersisa terjadi penurunan jumlah pengrajin sebab banyak para pesaing pesaing tas yang bermunculan, harga-harga dari bahan baku menjadi naik serta persaingan yang semakin ketat sebab di berbagai daerah sudah muncul pengrajin-pengrajin tas bahkan produk tas dari luar pun ikut meramaikan pasar sehingga menyebabkan beberapa perajin tas terpaksa gulung tikar karena kurang mampu bersaing dengan para pesaing lainnya.

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Debbie Liao dan Philip Sohmen (2001) dalam Rossa Amalia Fatmawati orientasi kewirausahaan merupakan karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil risiko, kecepatan dan fleksibilitas.

Menurut Weerawerdeena (2003) dalam Andriani Suryanita (2006:13) indikator orientasi kewirausahaan adalah

1. Keinovatifan
2. Keproaktifan
3. Pengambilan resiko

Inovasi Produk

Kotler (2007:36) mendefinisikan inovasi produk sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain.

Lukas dan Ferrel (2000:240) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu :

1. Perluasan produk
2. Peniruan produk
3. Produk baru

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang di desain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar (Prakosa, 2005:53).

Porter (1990) dalam Heri Setiawan (2012:14), mengemukakan indikator keunggulan bersaing, yaitu :

1. Keunikan produk
2. Kualitas produk
3. Harga bersaing

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan Implementasi Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Sentra Industri Tas Leuwisari Bandung.

Menurut Sugiyono (2005 : 21): " Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian

tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas."

Mashuri (2008 : 45) menyatakan bahwa 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."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling jenuh atau sensus yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 40 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan menggunakan *software SPSS* 21*.0*, diperoleh hasil uji sebagai berikut:

Keunggulan Bersaing = 2,523 + 0,476(Orientasi Kewirausahaan) + 0,589(Inovasi Produk) + 22,9 (ε)

C = 2,523 Artinya jika Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk bernilai konstan (nol)/tidak ada peningkatan, maka Keunggulan Bersaing akan bernilai sebesar 2,523.

β_1 = 0,476 Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada Orientasi Kewirausahaan, maka akan berdampak pada meningkatnya Keunggulan Bersaing sebesar 0,476.

β_2 = 0,589 Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada Inovasi Produk, maka akan berdampak pada meningkatnya Keunggulan Bersaing sebesar 0,589.

ε = 22,9 % Variabel lain yang tidak diteliti.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Syarat lolos uji normalitas, nilai probability harus lebih besar dari 0,05 (> 5%), dengan menggunakan *software SPSS versi 21.0*, diperoleh hasil perhitungan nilai Kolmogorov Smirnov sebesar 0,771 lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa residu dalam model berdistribusi secara normal, sehingga model telah memenuhi salah satu asumsi untuk dilakukan pengujian regresi.

Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu dengan melihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*) harus kurang dari 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0,1. Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas > 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas < 10, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model tersebut memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

ANALISIS KORELASI

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Keeratan hubungan kedua variabel independen (Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi

Produk) secara simultan dengan Keunggulan Bersaing memiliki nilai korelasi sebesar 0,878 menunjukkan bahwa termasuk dalam kriteria hubungan yang sangat kuat karena berada pada interval (0,8-1,00) sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang sangat kuat antara Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing.

2. Keeratan hubungan antara Orientasi Kewirausahaan (X_1) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,790 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik orientasi kewirausahaan maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing. Berdasarkan koefisien korelasi, angka sebesar 0,790 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada rentang interval (0,60-0,799).
3. Keeratan hubungan antara Inovasi Produk (X_2) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,820 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik inovasi produk maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing. Berdasarkan koefisien korelasi, angka sebesar 0,820 termasuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat karena berada pada rentang interval (0,80-1,000).

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Dari hasil yang diperoleh tampak nilai R-squared sebesar 0,771 atau 77,1% menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara simultan dalam memberikan pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 77,1% sedangkan sisanya 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Secara parsial diketahui bahwa pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing adalah sebesar 34,0% dan Inovasi Produk sebesar 43,1%, sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi Keunggulan Bersaing adalah Inovasi Produk dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 43,1%.

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

- Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Di dapat nilai F_{hitung} sebesar 62,257 dengan nilai signifikansi sebesar 5%. Nilai ini menjadi statistic uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk $\alpha = 0,05$ dan db_1/df_1 : 2 dan db_2:n-k-1(40-2-1) = 37 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,251. Karena F_{hitung} (62,257) > dibanding F_{tabel} (3,251) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Industri Tas Leuwisari Bandung.

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

- Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Secara parsial Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db = (n-k-1) 40-2-1 = 37, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 2,026. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing karena nilai t_{hitung} (3,998) > t_{tabel} (2,026) dan t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_o, sehingga H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Industri Tas Leuwisari Bandung.

- Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Secara parsial Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db = (n-k-1) 40-2-1 = 37, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 2,026. Inovasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing karena nilai t_{hitung} (4,872) > t_{tabel} (2,026) dan t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_o, sehingga H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Industri Tas Leuwisari Bandung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Orientasi Kewirausahaan Sentra Industri Tas di Leuwisari Bandung tergolong cukup baik, hal ini dibuktikan melalui hasil kuisioner dari ketiga indikator, yaitu, keinovatifan, pengambilan risiko, dan keproaktifan memiliki persentase yang tergolong cukup baik semuanya, namun dalam pengambilan resiko mereka masih kurang berani untuk memanfaatkan peluang yang ada atau untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar mereka masih kurang memiliki keberanian karena takut jika terlalu berani mengambil risiko tinggi dikhawatirkan barang yang diproduksi tidak laku terjual tetapi modal yang dikeluarkan mereka telah banyak keluar.
2. Inovasi produk Sentra Industri Tas di Leuwisari Bandung dinilai cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari ketiga indikator yaitu, perluasan produk, peniruan produk, dan produk baru memiliki persentase pada golongan cukup baik semuanya. Pada perluasan produk mereka masih kurang karena memiliki persentase yang rendah. Para pelaku usaha masih kurang dapat memperluas produksi tas tersebut ke dalam area cakupan yang lebih luas untuk membuat produk tas yang berbeda atau yang unik dengan produk lain, keterbatasan pengetahuan yang mayoritas lulusan SMA tersebut cukup mempengaruhi ilmu bagi para pelaku dalam berkreasi dalam pembuatan produk tas tersebut.
3. Keunggulan bersaing pengusaha Sentra Industri Tas di Leuwisari Bandung tergolong cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari ketiga indikator yaitu, keunikan produk, kualitas produk, dan harga bersaing ketiganya memiliki persentase yang tergolong cukup baik. Pada keunikan produk mereka masih memiliki kelemahan karena persentase pada keunikan produk terlihat rendah dibandingkan indikator kualitas produk dan harga bersaing. Produk yang diciptakan masih kurang memiliki keunikan atau yang membuat berbeda dari produk pesaing, pelanggan cenderung menyukai produk-produk yang berbeda dan unik. Para pelaku usaha mereka masih kurang dalam membuat bermacam-macam model tas yang unik bahkan membuat produk tas yang baru yang belum pernah ada karena adanya keterbatasan pengetahuan mengenai desain dan kreativitas tentang membuat produk tas yang unik. Hal ini dilator belakangi oleh tingkat pendidikan mereka yang mayoritas SMA dan kurang dapat mencari ide-ide yang baru dan terkesan monoton terhadap produk yang sudah ada.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan dari orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dimana orientasi kewirausahaan baik maka keunggulan bersaing pun akan ikut menjadi baik. Keunggulan bersaing dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, yang di dalam orientasi kewirausahaan itu terdapat aspek-aspek yang mendukung dalam keunggulan bersaing, maka jika orientasi kewirausahaan baik atau meningkat maka dengan sendirinya keunggulan bersaing pun akan baik dan meningkat.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan dari inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dimana inovasi yang dilakukan berhasil maka akan

diikuti pula dengan keunggulan produk yang dapat bersaing. Inovasi produk sangat berpengaruh dalam keunggulan bersaing, dimana jika inovasi yang dilakukan baik dan dapat disukai oleh masyarakat maka produk tersebut pun akan tetap dapat bersaing atau unggul dalam bersaing.

6. Secara simultan, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dimana orientasi kewirausahaan dan inovasi produk baik maka akan diikuti pula oleh keunggulan produk yang dapat bersaing. Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk saling berkaitan dan mempengaruhi terhadap keunggulan bersaing, jika ingin tetap dapat bersaing bahkan unggul dalam bersaing, maka orientasi kewirausahaan dan inovasi produk pula harus diikuti dengan hasil yang baik pula.

Saran

1. Orientasi kewirausahaan pada Sentra Industri Tas Leuwisari Bandung termasuk dalam klasifikasi cukup baik, menandakan sentra industri tersebut sudah memiliki orientasi kewirausahaan yang cukup baik, namun tingkat dalam pengambilan resiko masih dinilai rendah karena para pelaku usaha kurang berani dalam mengambil resiko yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi pula. Para pelaku bisa meminjam dana dari bank untuk memperluas usaha produksi tas yang mereka buat dan juga dapat menambah modal untuk biaya produksi.
2. Inovasi produk pada Sentra Industri Tas Leuwisari termasuk dalam klasifikasi cukup baik, menandakan bahwa perusahaan tersebut sudah dapat menerapkan inovasi yang cukup baik, namun dalam perluasan produk para pelaku masih kurang dapat mengembangkan produk tas tersebut agar berbeda dari pesaing, kurangnya pengetahuan mengenai desain serta model produk dari para pelaku membuat para pelaku untuk dapat mencari pengetahuan serta ilmu yang nantinya dapat diterapkan dalam pembuatan tas sehingga dapat menghasilkan produk tas yang unik dan berbeda. Para pelaku usaha dapat berunding dengan sesama para pelaku usaha lain saling belajar mencari ilmu dalam mengembangkan kreativitas untuk usaha yang dijalankan, sering mencari pembaharuan-pembaharuan yang ada agar produk tas tersebut dapat tetap bertahan.
3. Keunggulan bersaing pada Sentra Industri Tas Leuwisari termasuk dalam klasifikasi yang cukup baik, namun dari segi keunikan produk masih kurang dari para pesaing tas terutama yang sudah memiliki brand, belum adanya produk-produk yang unik dan berbeda dengan para pesaing seperti bentuk dan model dari tas tersebut. Para pelaku usaha dapat melihat dari pangsa pasar apa yang sedang ramai di pasar yang dapat dijadikan referensi untuk membuat produk tas yang nantinya dapat dimodifikasi sehingga menghasilkan suatu produk yang unik dan berbeda. Para pelaku usaha terus menerus tetap melakukan dan mencari pembaharuan-pembaharuan yang sedang ramai sehingga produk tas mereka tidak kalah jauh tertinggal dengan produk para pesaing yang akhirnya dapat mengimbangi dari produk-produk yang sudah terkenal dan memiliki brand yang baik di mata masyarakat atau para pelanggan.
4. Secara simultan, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Tas di Leuwisari. Pada saat inilah produk tas Leuwisari lebih dapat memaksimalkan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk untuk tetap dapat bersaing dan menjadi pilihan utama pelanggan. Para pelaku usaha tetap memperhatikan aspek-aspek yang

ada pada orientasi kewirausahaan dan dapat melakukan berbagai inovasi yang dapat menarik perhatian masyarakat atau para pelanggan sehingga produk tas tersebut dapat tetap bersaing dengan produk-produk tas dari para pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

Adelina Agnes Lapian, James Massie, Imelda Ogi. 2016. *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT. BPR Prisma Dana Amurang.* Jurnal EMBA, Vol 4, No.1, Maret. Hal. 1330-1339. ISSN : 2303-1174

Al Rasyid, Harun 1996. Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Andriani Suryanita. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*.

Cynthia 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

Darius. 2016. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Manajemen Kualitas Terhadap Keunggulan BersaingUsaha Mikro, Kecil, Dan, Menengah (UMKM) Industri Pangan Di Kota Bengkulu.* Agritepa, Volume 2, Nomor 2, Januari-Juni 2016, ISSN : 2407-1315

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

Heri Setiawan. 2012. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang.* Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November. Hal 12-19. ISSN :2085-1375

Husein Umar. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.

----------. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta. Raja Grafindo.

Isa, Muzakar. 2011. *Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan , Dan Kinerja Industri Mebel BENEFIT jurnal Manajemen dan bisnis volume 15, Nomor 2, Desember 2011, halaman 159-168*

Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Graha Ilmu: Yogyakarta.

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

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). E-Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vo.3, No.1, Januari. Hal 31-37. ISSN : 2337-3997

Nova Dharmala. 2016. *Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Jiwa Kewirausahaan Pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung.*

Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002. Metodologi Penelitian Bisnis Yogyakarta : BPFE

Perminas Pangeran. 2012. *Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Keuangan Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil Dan Menengah .* Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis. Vol 7, No.1, Juni. ISSN : 1907-7343

Porter, Michael E. (2008). *Competitive Advantage* (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan). Kharisma Publishing Grup.

Rossa Amalia Fatmawati. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang.* Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

----------. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

----------. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

----------. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

----------. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

----------. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

----------. 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

----------. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi.* Bandung.

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