

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN MELALUI
INOVASI PRODUK
(Studi pada IKM Gula Semut Desa Durensari)**

Imas Rokhayati¹ Sri Suryoko²
Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia
Email: imasrokhayati@gmail.com

Abstract: *Crystal Sugar SMIs Durensari Village is the center of coconut sugar industries in Purworejo Regency. Crystal Sugar SMIs have the potential develop due to high demand both from within the country and from abroad, but in the last 5 year the sale of crystal sugar has decreased. The purpose of this study is to determine the effect of entrepreneurial orientation and market orientation on sustainable competitive advantage through product innovation. This type of research is explanatory research with data collection techniques through questionnaires and interviews. The sample of this research was 78 sugar producers of Durensari Village. Analysis data use Statistical Package for Social Science (SPSS) software where used validity test, reliability test, coefficient of correlation, coefficient of determination, simple and multiple regression analysis, t test, sobel test, path analysis. The result showed that all independent variables have a significant influence of dependent variable partially, while product innovation variable acts as a partial mediating variable that indicate there in an indirect effect of entrepreneurship orientation and market orientation on sustainable competitive advantage. Suggestion include strengthening group institutions, actively attending group meetings, increasing the ability to produce new variants, maintaining the quality of raw materials and product quality.*

Keywords: *entrepreneurial orientation, market orientation, product innovation, sustainable competitive advantage.*

Abstraksi: IKM Gula Semut Desa Durensari merupakan sentra industri gula kelapa di Kabupaten Purworejo. IKM Gula Semut berpotensi untuk berkembang karena adanya permintaan yang tinggi baik dari dalam maupun luar negeri, akan tetapi dalam 5 tahun terakhir penjualan gula semut mengalami penurunan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk. Tipe penelitian ini adalah 78 perajin gula semut Desa Durensari dengan kriteria melakukan kegiatan usaha minimal 3 tahun, berusia minimal 21 tahun, dan sudah menikah. Penelitian ini menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 23.0 for windows* dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji t, uji sobel, dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial, sedangkan variabel inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi parsial yang menunjukkan ada pengaruh tidak langsung variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan. Saran yang diajukan meliputi penguatan kelembagaan kelompok, aktif hadir dalam pertemuan kelompok, meningkatkan kemampuan menghasilkan varian baru, memperthankan kualitas bahan baku dan kualitas produk.

Kata kunci: orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi produk, keunggulan bersaing berkelanjutan.

Pendahuluan

Industri Kecil dan Menengah (IKM) terus mengalami pertumbuhan, hal tersebut menyebabkan persaingan yang ketat dan pelaku usaha dituntut untuk memiliki keunggulan dari para pesaingnya. Keinginan untuk lebih unggul dapat dicapai dengan menerapkan strategi bersaing yang tepat. Porter (2007) keunggulan bersaing merupakan suatu kondisi dimana perusahaan mampu menanggulangi pesaing industri, pembeli, pemasok, pendatang baru, dan produk substitusi dengan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Salah satu IKM yang dapat terus berkembang di Indonesia yaitu IKM Gula Semut. Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan yaitu arena fundamental dimana persaingan industri berlangsung.

Gula semut adalah gula merah versi bubuk yang biasanya dikenal dengan gula kristal. Gula semut memiliki keunggulan yang tidak didapat dari pemanis lainnya yaitu aroma khas dari nira. Terdapat peluang yang sangat besar bagi IKM Gula Semut di Indonesia karena terdapat permintaan yang tinggi dari pasar luar negeri serta terdapat banyak jenis tumbuhan palma sebagai bahan baku dari gula semut. Provinsi Jawa Tengah menjadi sentra gula semut yang berasal dari nira kelapa. Potensi Gula Semut Jawa Tengah ada di Kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara, Purworejo, Cilacap, Kebumen, dan Brebes.

Kabupaten Purworejo menempati posisi keempat dengan sentra industri gula semut di Desa Durensari, Kecamatan Bagelen. Para perajin gula semut di Desa Durensari dinaungi oleh Koperasi Mitra Usaha. Meskipun permintaan akan gula semut tinggi, tetapi penjualan gula semut Koperasi Mitra Usaha mengalami penurunan. Penurunan penjualan terjadi pada tahun 2017 yang menyebabkan para pelaku IKM gula semut Desa Durensari tidak berkembang dan tidak mencapai keunggulan bersaing. Pada umumnya para perajin kurang berani mengambil risiko karena modal yang pas-pasan, tidak merasa disaingi oleh perajin yang lainnya, serta kurangnya inovasi produk. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan melalui Inovasi Produk (Studi Pada IKM Gula Semut Desa Durensari)”.

Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk gula semut?
2. Apakah ada pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk gula semut?
3. Apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut Durensari?
4. Apakah ada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut Durensari?
5. Apakah ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut Durensari?
6. Apakah ada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk pada IKM Gula Semut Durensari?
7. Apakah ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk pada IKM Gula Semut Desa Durensari?

Kerangka Teori

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu aktivitas sosial yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen baik individu maupun kelompok dengan cara menghasilkan,

menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak yang lainnya (Kotler, 2010). Konsep Pemasaran merupakan konsep dengan titik berat kepada konsumen, filosofi ini lebih memfokuskan kepada merasakan dan merespon terhadap apa yang dibutuhkan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2012).

Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi (Alma Buchari, 2013). Orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan individu dalam memulai usaha dengan cara melakukan inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko (Ginsberg, 2011). Menurut Weerawerdaena (2003) orientasi kewirausahaan adalah kemampuan yang kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko, dan sifat proaktif yang digunakan sebagai sumber untuk mencapai keberhasilan. Indikator orientasi kewirausahaan adalah: keinovatifan, keproaktifan, dan pengambilan risiko.

Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah suatu proses dan aktivitas yang menilai kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menciptakan dan memuaskan pelanggan (Uncles, 2000). Menurut Hasan (2009) orientasi pasar adalah kemampuan menganalisis pasar berfungsi untuk memahami setiap kebutuhan pelanggan agar tercipta kepuasan pelanggan yang ada maupun pelanggan potensial. Indikator orientasi pasar menurut Uncles (2000) yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan informasi pasar.

Inovasi Produk

Inovasi produk adalah ide atau gagasan yang diimplementasikan untuk memulai atau memperbaiki suatu produk atau proses atau jasa (Robbins, 2010). Menurut Dougerty (1996) dalam Helia (2015) inovasi produk merupakan cara yang dapat menjadikan perusahaan mampu beradaptasi dengan pasar, teknologi, dan persaingan. Inovasi sebagai penerapan ide baru terhadap suatu produk dan menciptakan nilai tambah (O' Regan dan Ghobadian, 2005). Indikator inovasi produk menurut Robbins (2010) adalah gagasan baru, produk dan jasa, serta upaya perbaikan.

Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Porter (1985) dalam Wijayanto (2019) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai kondisi dimana perusahaan memiliki kinerja di atas rata-rata industrinya. Menurut David Fried R. dan David Foster R. (2016) keunggulan bersaing berkelanjutan dapat diperoleh dengan: (1) secara berkelanjutan beradaptasi dengan segala perubahan dan tren eksternal, kejadian dan kompetensi internal, sumber daya. (2) Memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi strategi utama faktor internal dan eksternal. David, Fred. R (2009) menjelaskan bahwa lima kekuatan dalam persaingan di suatu industri dapat dilihat perpaduannya melalui model lima kekuatan porter, yaitu (1) persaingan antarperusahaan saingan, (2) potensi masuknya pesaing baru, (3) potensi pengembangan produk pengganti, (4) Daya tawar pemasok, (5) Daya tawar konsumen. Ginanjar Suendro (2011) indikator untuk mengukur keunggulan bersaing berkelanjutan adalah bernilai, berbeda dengan yang lain, dan tidak mudah digantikan.

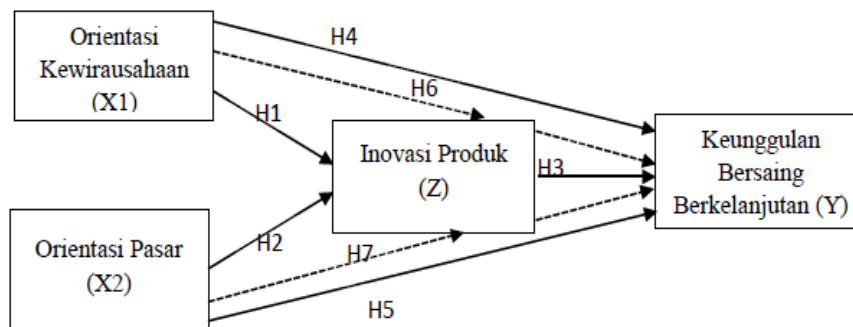
Hipotesis

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tinjauan pustaka, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H1: Terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk gula semut.

- H2: Terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar terhadap inovasi produk gula semut.
- H3: Terdapat pengaruh positif antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut Durensari.
- H4: Terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut Durensari.
- H5: Terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut Durensari.
- H7: Terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk pada IKM Gula Semut Durensari.
- H8: Terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk pada IKM Gula Semut Durensari.

Gambar 1. Model Hipotesis



Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. *Explanatory research* yaitu penelitian yang dilakukan menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan hubungan antar variabel dengan variabel yang lain serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2010).

Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan memperhatikan pertimbangan tertentu, yaitu:

1. Berusia minimal 21 tahun dan sudah dan/atau pernah menikah
2. Lama usaha minimal 3 tahun

Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi sederhana dan berganda, uji t, sobel tes, dan teknik analisis jalur dibantu dengan *software Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 23.0 *for windows*.

Hasil

Hasil Penelitian menggunakan analisis SPSS versi 23 pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

No	Uji Hipotesis	t hitung	Signifikansi	Hasil		Keterangan
				Korelasi	Determinasi	Hipotesis
1	X1 → Z	5,918	0,000	0,562	0,315	Diterima
2	X2 → Z	4,293	0,000	0,442	0,195	Diterima
3	Z → Y	5,027	0,000	0,500	0,250	Diterima
4	X1 → Y	4,434	0,000	0,453	0,206	Diterima
5	X2 → Y	4,281	0,000	0,441	0,194	Diterima
6	X1 → Z → Y	2,710	0,006	0,541	0,293	Diterima
7	X2 → Z → Y	2,735	0,006	0,557	0,310	Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dijelaskan, **hipotesis pertama** “terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk pada IKM Gula Semut Desa Durensari” diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,562 diperkuat dengan koefisien determinasi sebesar 31,5%. Hasil nilai t hitung yaitu 5,918 lebih besar dari t tabel yaitu 1,665. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang menjelaskan bahwa kemampuan suatu perusahaan untuk proaktif dan berani mengambil risiko, menciptakan kemampuan perusahaan melakukan inovasi produk dibandingkan dengan pesaingnya sehingga tercipta kepuasan pelanggan (Zahra dan Covin, 1995 dalam Helia, 2015). Berdasarkan analisis deskriptif, kategori orientasi kewirausahaan tergolong baik dengan skor rata-rata sebesar 3,43. Perajin mampu memahami peluang pasar dengan baik, namun kemampuan berinovasi menghasilkan varian baru masih rendah karena keterbatasan kemampuan.

Hipotesis kedua berbunyi “terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar terhadap inovasi produk pada IKM Gula Semut Desa Durensari” diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji koefisien korelasi 0,442 diperkuat dengan hasil uji koefisien determinasi sebesar 19,5%. Hasil nilai t hitung adalah 4,293 lebih besar dari tabel yaitu 1,665. Hasil tersebut mendukung teori yang menyebutkan bahwa orientasi pasar berkaitan dengan cara mendapatkan, menyebarkan, dan mengimplementasikan informasi, salah satu bentuk implementasinya adalah dengan menciptakan inovasi pada produk (Manzano, 2005 dalam Helia, 2015). Berdasarkan analisis deskriptif, kategori orientasi pasar adalah baik yaitu 3,66. Perajin mampu menghasilkan produk yang memuaskan pelanggan, mampu mencari informasi dan selera konsumen, namun keaktifan perajin dalam menghadiri pertemuan kelompok pada kategori cukup sering.

Hipotesis ketiga yang berbunyi “terdapat pengaruh positif antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut Desa Durensari” diterima. Hal ini dibuktikan hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,500 diperkuat dengan hasil uji koefisien determinasi sebesar 25%. Hasil nilai t hitung sebesar 5,027 lebih besar dari t tabel yaitu 1,665. Bharadwaj (1993) menyebutkan bahwa kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi produk akan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga inovasi dapat digunakan untuk memperoleh keunggulan bersaing. Berdasarkan analisis deskriptif, kategori inovasi produk tergolong cukup baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,39. Perajin memiliki keinginan untuk melakukan perbaikan produk secara berkelanjutan dengan cara menjaga keorganikan pohon kelapa sebagai bahan baku produk gula semut. Namun, kemampuan pengrajin dalam menghasilkan varian baru sebagai pembeda dengan produk lain memiliki nilai skor dibawah rata-rata.

Hipotesis keempat berbunyi “terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut” diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,453 dan hasil uji koefisien determinasi yaitu 20,6%. Hasil nilai t hitung 4,434 lebih besar dari t tabel yaitu 1,665. Hasil penelitian sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa sumber daya manusia yang dapat mengelola perusahaan dan memiliki keunggulan menghadapi berbagai faktor internal dan

eksternal sehingga dapat dijadikan sebagai strategi bisnis yang meningkatkan daya saing perusahaan (Bharadwaj, 1993).

Hipotesis kelima yang berbunyi “terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada IKM Gula Semut Desa Durensari”. Hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,441 dan uji koefisien determinasi sebesar 19,4%. Hasil nilai t hitung 4,281 lebih besar dari t tabel sebesar 1,665. Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa budaya perusahaan yang menekankan pada pentingnya perusahaan untuk memperhatikan pasar akan menuju penguatan keunggulan bersaing perusahaan (Bharadwaj, 1993). Berdasarkan analisis deskriptif, kategori keunggulan bersaing berkelanjutan tergolong baik dengan skor rata-rata sebesar 3,96. Perajin mampu menghasilkan produk yang memuaskan pelanggan dan memiliki kualitas yang lebih baik dari pesaing, menggunakan bahan baku yang berkualitas. Namun, kemampuan menghasilkan keunikan produk memiliki nilai dibawah rata-rata.

Berdasarkan uji pengaruh tidak langsung, **hipotesis keenam** “terdapat pengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk” diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang menunjukkan bahwa inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi parsial. Dari hasil uji sobel tes diperoleh t value 2,710 lebih besar dari t tabel yaitu 1,665 dan p value $0,006 < 0,05$.

Berdasarkan uji pengaruh tidak langsung, **hipotesis ketujuh** “terdapat pengaruh positif orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk” diterima. Dibuktikan dengan hasil yang menunjukkan bahwa inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi parsial. Dari hasil uji sobel tes diperoleh t value 2,735 lebih besar dari t hitung yaitu 1,665 dan p value $0,006 < 0,05$.

Hasil perhitungan analisis jalur menunjukkan perbedaan hasil perhitungan antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, dimana variabel orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan yaitu 0,551. Pengaruh tersebut lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung yaitu 0,244. Sedangkan orientasi pasar memiliki pengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan sebesar 0,365. Pengaruh tersebut lebih besar daripada pengaruh tidak langsung yaitu 0,139. Hal tersebut menyatakan bahwa dengan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang tinggi akan dapat berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan tanpa harus berfikir keras untuk melakukan inovasi produk.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan (X1) berpengaruh positif terhadap inovasi produk (Z). Analisis deskriptif menunjukkan orientasi kewirausahaan berada pada kategori baik dengan skor rata-rata sebesar 3,43. Namun demikian, kemampuan berinovasi menghasilkan varian baru perlu ditingkatkan.
2. Orientasi pasar (X2) berpengaruh positif terhadap inovasi produk (Z). Analisis deskriptif menunjukkan orientasi pasar berada pada kategori baik dengan skor rata-rata 3,66. Namun, keaktifan perajin menghadiri pertemuan kelompok kurang.
3. Inovasi produk (Z) berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan (Y). Analisis deskriptif menunjukkan inovasi produk berada pada kategori cukup baik dengan skor rata-rata sebesar 3,39. Kemampuan menghasilkan varian baru sebagai pembeda dengan produk yang lain perlu ditingkatkan.
4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan (Y).

5. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan (Y). Analisis deskriptif menunjukkan keunggulan bersaing berkelanjutan berada pada kategori baik dengan skor rata-rata 3,96. Namun kemampuan menghasilkan keunikan produk perlu ditingkatkan.
6. Terdapat pengaruh tidak langsung antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk. Demikian pula terdapat pengaruh tidak langsung antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk. Inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi parsial yang berarti bahwa tanpa harus memerhatikan inovasi produk, variabel orientasi kewirausahaan atau orientasi pasar dapat memengaruhi keunggulan bersaing berkelanjutan. Namun, inovasi produk perlu dilakukan agar sebagai pembeda dengan produk yang dihasilkan pesaing, sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. Hasil perhitungan analisis jalur yaitu pengaruh langsung memiliki nilai yang lebih besar daripada pengaruh tidak langsung.

Saran

1. Orientasi kewirausahaan dapat ditingkatkan dengan cara penguatan lembaga koperasi agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing.
2. Orientasi pasar perlu ditingkatkan dengan cara aktif menghadiri pertemuan kelompok di koperasi karena informasi tentang pasar dan selera konsumen dipegang oleh koperasi yang berperan sebagai penghubung antara perajin dan pembeli.
3. Meskipun inovasi produk hanya berperan sebagai variabel mediasi parsial, namun kemampuan menghasilkan varian baru sebagai pembeda dengan produk yang lain tetap perlu ditingkatkan untuk menciptakan keunggulan bersaing.
4. Keunggulan bersaing berkelanjutan perlu ditingkatkan, yaitu dengan cara mempertahankan kualitas bahan baku dan kualitas produk.
5. Penggunaan *laru* buah manggis sebagai campuran nira yang diyakini menjadi pembeda kualitas unggul dari pesaing perlu dilakukan tes laboratorium ilmiah sebagai pengawet alami, sehingga manfaat *laru* buah manggis sebagai bahan pengawet organik terbukti secara ilmiah.
6. Bagi peneliti lain agar dapat menyempurnakan penelitian ini, dapat menggunakan variabel orientasi pembelajaran dan orientasi teknologi dalam melakukan penelitian mengenai keunggulan bersaing berkelanjutan.

Daftar Referensi

- Alma, Buchari. 2011. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Bharadwaj, Sunndar G, P. R. Varadarajan, dan Jihn Fahy. 1993. *Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions*, *Journal of Marketing*. Vol.57, October, p83-99.
- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- David, F. R., & David, F. R. 2016. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ginsberg. A. 2011. *Measuring Changes in Entrepreneurial Orientation Following Industry Deregulation: The Development of a Diagnostic Instrument*. *Proceedings of*

International Council of Small Business.

- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Helia, Renita. 2015. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, IV(2), 1-11.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- O'Regan, Nicholas & Ghobadian, A. 2005. *Invention in SMEs: The Impact of Strategis Orientation and Enviromental Perception*. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol.54. No 2.
- Porter, Michael. 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Robbins, Stephen P. & Mary Coulter. 2010. *Manajemen jilid 1 (edisi 10)*. Jakarta: Erlangga.
- Suendro, Ginanjar. 2011. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi kasus pada IKM Batik Pekalongan)*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, X(3), 317-326
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitiann Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Weerawerdena, Jay. 2003. *Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy*. *European Journal of Marketing*.
- Wijayanto, Andi. 2019. *Perspektif dan Teori Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Istana Regency.