

**PERAN INOVASI DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
INDUSTRI KAIN ENDEK**

**Ni Wayan Priti Nirmala Dewi¹
Gede Suparna²**

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
email: pritinirmalaa@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah menjelaskan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada industri kain endek dengan inovasi sebagai variabel mediasi. Sampel ditentukan menggunakan teknik sampel jenuh (sensus). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dan uji sobel. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diajukan diterima. Penelitian ini menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi sebagai variabel mediasi pada industri kain endek di Kabupaten Klungkung. Hal ini berarti pemilik atau pengelola usaha kain endek perlu menerapkan orientasi kewirausahaan agar memotivasi karyawan untuk melakukan inovasi yang pada akhirnya dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran kepada pemilik usaha kain endek untuk meningkatkan sikap agresif dalam bersaing, menggunakan mesin khusus dalam proses produksi tertentu dan memperhatikan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan agar dapat menciptakan keunggulan bersaing dibandingkan pesaingnya.

Kata Kunci: orientasi kewirausahaan, inovasi, keunggulan bersaing

ABSTRACT

The purpose of this research is to explain the influence of entrepreneurship orientation to the competitive advantage in endek cloth industry with innovation as mediation variable. The sample was determined using a saturated sample technique (census). Data analysis technique used is path analysis and test of sobel. The results of hypothesis testing in this study indicate that all hypothesized are accepted. This study found that entrepreneurship orientation has a positive and significant impact on competitive advantage through innovation as a mediating variable in the endek cloth industry in Klungkung Regency. This means that the owner or manager of the endek cloth business needs to implement an entrepreneurial orientation in order to motivate employees to innovate which ultimately can create competitive advantage for the company. This research is expected to give suggestion to endek fabric business owner to improve aggressive attitude in competing, using special machine in certain production process and pay attention to quality and product quality to create competitive advantage compared to its competitor

Keywords: Entrepreneurship orientation, innovation, competitive advantage

PENDAHULUAN

Era globalisasi yang terjadi belakangan ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, dan merupakan salah satu faktor meningkatnya perkembangan perekonomian Indonesia. Globalisasi ekonomi adalah serangkaian proses kegiatan produksi dan konsumsi bergeser dari skala lokal atau nasional menjadi ke skala global. Faktor pendorong arus globalisasi ekonomi disebabkan semakin terbukanya sistem dari negara-negara di dunia baik dalam perdagangan, produksi, investasi dan aktivitas perusahaan multinasional (O'briens, 2000).

Pada tahun 2016 ini merupakan tahun persaingan setiap elemen di Indonesia dengan dibukanya pasar bebas di bidang permodalan, tenaga kerja, serta barang dan jasa atau yang disebut dengan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Tentu ini memberikan dampak positif maupun negatif dari MEA tersebut. Dampak positif dengan adanya MEA ini dapat meningkatkan kualitas baik individu, produk dan jasa yang beredar sehingga semakin bermutu. Namun dampak negatif yang dirasakan apabila masyarakat belum siap akan perubahan ini maka akan mengakibatkan tersingkirnya Indonesia pada persaingan tersebut (www.bppk.kemenkeu.go.id).

Peran pemerintah dalam menghadapi MEA tersebut sangat penting dengan memberikan edukasi serta memproteksi agar masyarakat tetap eksis dan mampu bersaing dengan produk-produk maupun tenaga kerja dari negara lain. Strategi pemerintah dalam bidang perindustrian untuk menghadapi MEA yaitu dengan strategi *ofensif* dan *defensive*. Strategi *ofensif* yang dimaksud meliputi penyiapan produk-produk unggulan seperti industri agro, tekstil, makanan dan minuman,

pupuk dan petrokimia, otomotif, serta produk logam. Adapun strategi *defensive* dilakukan melalui penyusunan Standar Nasional Indonesia (SNI) untuk produk-produk manufaktur (www.kemenperin.go.id).

Salah satu penggerak ekonomi di Indonesia adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang merupakan sektor penunjang ekonomi nasional yang paling strategis sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional (Wicaksono dan Nuvriasari, 2012). UKM adalah suatu unit usaha kecil yang mampu berperan sebagai alternatif kegiatan usaha produksi barang dan jasa, meningkatkan devisa negara, maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja. UKM memiliki potensi yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, menjadi sumber pendapatan sebagian masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya (Afiah, 2009).

Jumlah pelaku wirausaha di Indonesia hingga kini masih belum mencapai angka ideal yakni dua persen dari jumlah penduduk Indonesia. Data pada tahun 2016 dari Global Entrepreneurship Monitor (GEM) menunjukkan bahwa Indonesia baru memunyai sekitar 1,65 persen pelaku wirausaha dari total jumlah penduduk 250 juta jiwa. Angka tersebut menunjukkan bahwa jumlah yang dimiliki Indonesia masih tertinggal dibandingkan tiga negara di Asia Tenggara yakni Singapura sebesar 7%, Malaysia 5%, dan Thailand 3% dari total jumlah penduduk masing-masing. Menurut Suryana (2014:233) UKM memiliki kelebihan yaitu tidak mudah goncang, karena bahan baku dan sumber daya lainnya kebanyakan lokal sehingga tidak terpengaruh terhadap fluktuasi bahan baku impor. Bahkan bila harga bahan baku mahal akibat tingginya nilai mata uang asing, perusahaan

kecil yang menggunakan bahan baku lokal dapat berpeluang memproduksi barang – barang untuk keperluan ekspor. Namun, disisi lain Tambunan (2008) mengungkapkan suatu fakta bahwa daya saing yang rendah dari UKM menyebabkan kelompok ini mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya. Ketidakmampuan UKM dalam meningkatkan daya saing disebabkan karena UKM memiliki berbagai keterbatasan, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan, kurang memiliki kemampuan dalam membaca peluang usaha, serta kurangnya inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan lingkungan. Disamping itu, secara internal UKM kurang mempunyai kemampuan manajerial, keterampilan, promosi dan kurangnya permodalan (Sugiarto, 2008).

Provinsi Bali merupakan suatu provinsi di Indonesia dimana warganya banyak yang berkecimpung dalam dunia bisnis UKM. Data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali pada tahun 2015 terdapat 12.236 unit industri UKM yang menyerap tenaga kerja sebanyak 93.180 orang. Ada beragam industri yang berkembang di Bali seperti industri makanan dan minuman, obat-obatan tradisional, perkebunan, pertanian, logam, kelautan, kerajinan dan tekstil. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan salah satu komoditi unggulan Provinsi Bali adalah industri kerajinan tenun ikat yang memproduksi kain endek. Kain endek merupakan kain tenun ikat khas Bali yang dibuat dengan cara menenun secara tradisional menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali pada tahun 2015 terdapat 179 industri endek yang berkembang di tiap kabupaten

Kain endek tradisional Provinsi Bali tidak pernah kekekeringan kreativitas dari segi desain dan mungkin lebih unggul di banding daerah lainnya (Ari, 2006). Kain endek Bali memiliki beragam warna yang menarik serta motif yang unik seperti flora, fauna, dan motif tokoh pewayangan. Selain itu kain endek ini menggunakan benang dengan kualitas yang bagus dan pewarna alami. Hampir semua proses produksi dilakukan secara manual dan memerlukan waktu yang relatif lama sehingga kain endek merupakan kerajinan tangan yang memiliki keunikan berbasis budaya lokal. Meskipun demikian, potensi yang dimiliki oleh industri kain endek tidak diimbangi dengan kemampuan untuk bersaing. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali dewasa ini industri kain endek di Kabupaten Klungkung mengalami persaingan ketat yang dikarenakan munculnya pesaing baik itu dari Bali sendiri maupun dari luar Bali. Munculnya beberapa pesaing usaha tersebut yang mampu memproduksi kain endek dengan harga jauh lebih murah dengan menggunakan alat tenun mesin namun memiliki standar kualitas yang lebih rendah. Jika hal ini berlangsung terus-menerus maka industri kain endek tradisional akan tergeser.

Adanya persaingan usaha yang ketat menuntut UKM untuk mampu melakukan proses manajemen usaha yang produktif dan seefisien mungkin, serta dapat menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan preferensi pasar dengan standar kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing (Melisa, 2012). Industri kain endek diharapkan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing usaha mereka.

Bharadwaj *et al.* (1993) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan aset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Barney *et al.* (1989) menyatakan keunggulan bersaing dapat dihasilkan juga dari implementasi strategi penciptaan nilai (*value creation*) yang tidak diimplementasikan bersamaan oleh pesaingnya. Keunggulan bersaing tersebut merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya (Day dan Wensley, 1988).

Perusahaan perlu menciptakan keunggulan kompetitif dengan cara melakukan analisis terhadap para pesaing untuk mengetahui informasi-informasi tentang kompetisi di pasaran. Agar menang dalam suatu persaingan, maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga bergantung pada strategi yang umumnya digunakan perusahaan yaitu inovasi (Wahyono, 2002) serta orientasi kewirausahaan (Weerawerdena, 2003).

Inovasi mampu meningkatkan nilai tambah dari suatu produk. Inovasi dianggap penting bagi perusahaan karena kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan inovasi. Perusahaan harus mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing (Susanto, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyono (2002) menunjukkan bahwa inovasi juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Hernard dan

Szymanski (2001) serta Dewi (2006) yang membuktikan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara inovasi terhadap keunggulan bersaing. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibandingkan pesaingnya. Perusahaan memerlukan dalam mengenali selera pelanggannya sehingga inovasi yang dilakukannya pada akhirnya memang sesuai dengan keinginan pelanggannya.

Dunia bisnis kini mulai menganut pemikiran baru, dimana kewirausahaan disebut sebagai salah satu faktor untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Kewirausahaan sendiri adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Suryanita, 2006). Sebuah pemilik usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang diarahkan secara tepat dan efektif pada perusahaan akan menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaan itu sendiri (Situmorang, 2014). Dengan dimilikinya orientasi kewirausahaan yang baik dari pelaku bisnis, maka perusahaan tersebut dianggap mampu berkembang dibanding kompetitor.

Menurut Frees (2002), orientasi kewirausahaan adalah kunci untuk meningkatkan keunggulan bersaing. didukung oleh penelitian Mahmood dan Hanafi (2013) yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Namun, terdapat perbedaan pada hasil penelitian Djodjobo dan Tawas (2014) yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada variabel orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada usaha nasi kuning di Kota Manado. Usaha

tersebut dirasa kurang dalam menerapkan unsur-unsur orientasi kewirausahaan yang belum dilakukan secara menyeluruh oleh pengusaha karena keberadaan usahanya yang kebanyakan masih tradisional. Perusahaan yang pemimpinnya berorientasi wirausaha memiliki visi yang jelas dan berani untuk menghadapi resiko sehingga mampu menciptakan kinerja yang baik.

Orientasi kewirausahaan juga dikatakan berperan penting dalam mengembangkan inovasi dan hasil-hasilnya (Destari dan Harjanti, 2014). Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian Atuahene-Gima dan Ko (2001) yang menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kapasitas inovasi dalam industri kreatif. Pada penelitian yang dilakukan oleh Renko *et al.* (2009) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap inovasi. Fakta bahwa variabel orientasi kewirausahaan mengukur inovasi sebagai sikap dan budaya dalam perusahaan, sedangkan pengukuran inovasi digunakan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini hanya berfokus pada inovasi produk. Adanya perbedaan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya mengenai orientasi kewirausahaan, inovasi, dan keunggulan bersaing menyebabkan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing industri kain endek di Kabupaten Klungkung. Kedua, untuk menjelaskan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi industri kain endek di Kabupaten Klungkung. Ketiga, untuk menjelaskan pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing

industri kain endek di Kabupaten Klungkung. Keempat, untuk menjelaskan peran inovasi dalam memediasi pengaruh variabel orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing industri kain endek di Kabupaten Klungkung.

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Zahra & Garvis (2000), Lumpkin & Dess (2001), dan Wiklund & Shepherd (2005) menyebutkan bahwa perusahaan kecil yang berorientasi kewirausahaan memungkinkan untuk melaksanakan aktivitasnya dengan lebih baik dibandingkan dengan para pesaing dan menciptakan daya saing yang tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian Reswanda (2012) yang menemukan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM kerajinan kulit di Siodarjo. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing

Penelitian yang dilakukan Hafeez *et al.* (2012) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi. Pada penelitian tersebut dikatakan bahwa memiliki sikap atau pola berpikir yang inovatif sangat penting bagi kelangsungan suatu usaha. Pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan akan lebih berani dan efektif dalam mengelola ide inovatifnya dibandingkan yang tidak. Destari dan Harjanti (2014) dalam penelitiannya juga membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi pada Industri Batik di Kabupaten Jember. Hasil penelitian Djodjobo dan Tawas (2014) juga membuktikan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara orientasi

kewirausahaan terhadap inovasi produk. Berdasarkan hasil temuan penelitian tersebut, maka peneliti mengajukan hipotesis yaitu:

H2 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi

Supranoto (2009) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Larsen (2007) juga membuktikan bahwa kemampuan untuk melakukan inovasi sangat penting agar menciptakan keunggulan bersaing. Noorani (2014) menyatakan bahwa inovasi yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap pencapaian keunggulan kompetitif. Menurutnya, ada banyak faktor dari inovasi yang dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif, salah satunya adalah inovasi dalam hal teknologi. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian yang dilakukan oleh Parkman *et al.* (2012) dimana salah satu hasil penelitiannya adalah inovasi berfungsi sebagai mediasi parsial pada hubungan antara orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing. Destari dan Harjanti (2014) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan yang dimediasi dengan indikator inovasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil temuan penelitian tersebut, maka peneliti mengajukan hipotesis yaitu:

H4 : Inovasi memediasi pengaruh variabel orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah asosiatif dikatakan demikian karena penelitian ini membahas dan menguji hubungan antara beberapa variabel yaitu orientasi kewirausahaan, inovasi, dan keunggulan bersaing. Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Klungkung, yang dimana objek penelitian terdiri dari orientasi kewirausahaan sebagai variabel bebas, inovasi sebagai variabel mediasi, keunggulan bersaing sebagai variabel terikat.

Populasi pada penelitian ini adalah sebesar 60 unit usaha kain endek. Sampel pada penelitian ini menggunakan sampel jenuh (sensus) berjumlah 60 sampel yang merupakan keseluruhan dari populasi. Setelah dilakukan riset penelitian diketahui bahwa jumlah usaha kain endek di Kabupaten Klungkung yang masih berkembang saat ini sejumlah 37 unit usaha sedangkan sisanya sejumlah 26 unit usaha mengalihkan usahanya pada industri lain karena kesulitan mengembangkan bisnisnya. Sehingga jumlah responden yang digunakan menjadi 37 pemilik atau pengelola usaha kain endek di Kabupaten Klungkung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dan uji sobel.

Pada penelitian ini variabel keunggulan bersaing diukur dengan menggunakan 3 indikator yang mengacu pada penelitian sebelumnya Dewi (2006) yang diadaptasi dari penelitian Song dan Parry (1997). Variabel inovasi pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 9 indikator yang mengacu pada penelitian sebelumnya yaitu Atalay *et al.* (2013), Chen *et al.* (2006), Ellitan (2006), dan Ren *et al.* (2010). Sedangkan variabel orientasi kewirausahaan pada penelitian ini diukur menggunakan 4 indikator yang mengacu pada penelitian

sebelumnya yaitu Aliyu *et al.* (2015), Keh *et al.* (2007), dan Halim *et al.* (2011). Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara menggunakan kuesioner. Selanjutnya pernyataan seluruh indikator tersebut diukur menggunakan skala *likert* mulai dari skor 1 yang berarti sangat tidak setuju sampai dengan skor 5 yang berarti sangat setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden pada penelitian ini dapat digambarkan dalam beberapa kriteria yaitu : jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Berdasarkan Tabel 1 pada nomor 1 menunjukkan bahwa menurut karakteristik jenis kelamin, jumlah responden perempuan lebih dominan dengan presentase sebesar 59,5% sedangkan laki-laki sebesar 40,5%. Usaha kain endek tersebut lebih cocok dilakukan oleh perempuan-perempuan di Kabupaten Klungkung.

Pada karakteristik usia menunjukkan bahwa sebagian besar responden berumur antara 41-50 dengan presentase sebesar 43,24%. Presentase terkecil yaitu sebesar 8,11% dengan jumlah responden sebanyak 3 orang pada usia 17-30. Responden dengan umur 41-50 tahun mendominasi pada penelitian ini, dikarenakan pemilik atau pengelola usaha endek kain tersebut masih berumur produktif dan berpengalaman dalam menjalankan usahanya.

Bila didasarkan pada karakteristik tingkat pendidikan maka responden memiliki tingkat pendidikan SMA lebih dominan yaitu sebesar 54,1%. Presentase terkecil yaitu sebesar 2,7% pada tingkat pendidikan SD, SMP, dan Pascasarjana. Pemilik atau pengelola usaha kain endek di Kabupaten Klungkung sebagian besar

setelah tamat SMA langsung menggeluti usaha kain endek sembari meneruskan warisan budaya leluhur mereka.

Tabel 1.
Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah Responden	Persentase Responden
1	Jenis Kelamin	Perempuan	22	59,5
		Laki- laki	15	40,5
		Jumlah	37	100
2	Usia	21-30	3	8,11
		31-40	13	35,14
		41-50	16	43,24
		51≤	5	13,51
		Jumlah	37	100
3	Tingkat Pendidikan	SD	1	2,7
		SMP	1	2,7
		SMA/ sederajat	20	54,1
		Diploma	4	10,8
		Sarjana	10	27
		Pascasarjana	1	2,7
		Jumlah	37	100

Sumber : Data diolah, 2016

Uji *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) digunakan untuk mengetahui kecukupan sampel. Analisis faktor dianggap tidak layak apabila nilai $KMO \leq 0,50$. Hasil uji KMO dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil Uji KMO

No	Variabel	KMO
1	Orientasi Kewirausahaan (X)	0,832
2	Inovasi (Y_1)	0,859
3	Keunggulan Bersaing (Y_2)	0,689

Sumber : Data diolah, 2016

Hasil uji KMO dalam Tabel 2. menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai KMO diatas 0,50 , hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki kecukupan sampel untuk analisis faktor.

Tabel 3.
Nilai MSA

Variabel	Indikator	Nilai MSA	Loading Factor	Ket.	
Orientasi Kewirausahaan (X)	Perusahaan saya mampu menciptakan ide-ide inovatif dan kreatif untuk menghasilkan produk yang baru (X _{.1})	0,796	0,912	Valid	
	Perusahaan saya selalu bersedia mengambil resiko kegagalan (X _{.2})	0,850	0,856	Valid	
	Perusahaan saya memiliki sikap proaktif dalam pengenalan produk baru dan mengantisipasi permintaan masa mendatang (X _{.3})	0,853	0,883	Valid	
	Perusahaan saya memiliki sikap agresif terhadap tindakan-tindakan pesaing untuk mengungguli persaingan (X _{.4})	0,838	0,861	Valid	
	Perusahaan saya mampu menciptakan design yang menarik (Y _{1.1})	0,828	0,867	Valid	
	Perusahaan saya memiliki standar kualitas produk yang baik (Y _{1.2})	0,843	0,780	Valid	
	Inovasi (Y₁)	Perusahaan saya secara aktif melakukan pengembangan atas kualitas produknya (Y _{1.3})	0,903	0,786	Valid
Perusahaan saya melakukan penghematan energi dalam proses produksinya (Y _{1.4})		0,872	0,863	Valid	
Perusahaan saya menggunakan mesin-mesin khusus dalam proses produksi tertentu (Y _{1.5})		0,783	0,720	Valid	
Perusahaan saya menggunakan pewarna alami yang tidak berbahaya dan menimbulkan limbah (Y _{1.6})		0,913	0,769	Valid	
Perusahaan saya secara aktif mengikuti pameran-pameran (Y _{1.7})		0,791	0,819	Valid	
Perusahaan saya secara aktif memasarkan produk pada <i>market place</i> baru (<i>internet</i> dan <i>social media</i>) (Y _{1.8})		0,887	0,875	Valid	
Perusahaan saya secara terus menerus memperluas target pasar yang potensial (Y _{1.9})		0,915	0,859	Valid	
Keunggulan Bersaing (Y₂)		Perusahaan saya mampu membuat suatu keunikan dalam produk yang dihasilkan (Y _{2.1})	0,649	0,872	Valid
		Perusahaan saya mampu dalam menghasilkan produk yang berkualitas (Y _{2.2})	0,704	0,826	Valid
	Perusahaan saya menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran (Y _{2.3})	0,728	0,811	Valid	

Sumber : Data diolah, 2016

Tabel 3. menunjukkan bahwa masing–masing variabel memiliki nilai MSA dan *loading factor* lebih besar dari 0,50 , maka dapat disimpulkan bahwa model ini layak digunakan dalam analisis faktor.

Tabel 4. Nilai *Percentage of Variance*

No	Variabel	<i>Percentage of Variance</i>
1	Orientasi Kewirausahaan (X)	77,127
2	Inovasi (Y ₁)	66,726
3	Keunggulan Bersaing (Y ₂)	69,979

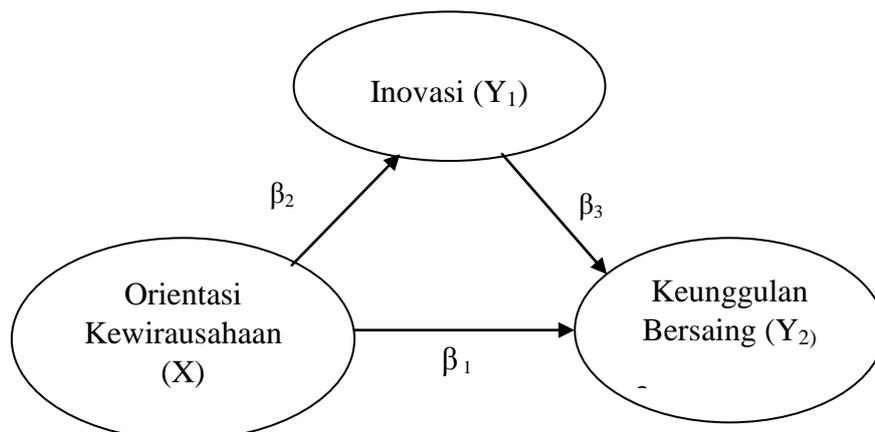
Sumber : Data diolah, 2016

Tabel 4. menunjukkan bahwa masing – masing variabel memiliki nilai *percentage of variance* lebih besar dari 60 persen, hal ini berarti faktor dari seluruh variabel memiliki kelayakan untuk menjelaskan variabel faktornya.

Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*), dimana analisis jalur adalah perluasan dari analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan kausalitas antara 2 atau lebih variabel.

Tahapan melakukan teknik analisis jalur yaitu :

Merumuskan model dan persamaan struktural :



Gambar 1. Model Diagram Jalur

Sumber : Data diolah, 2016

Perhitungan koefisien *path*

Perhitungan koefisien *path* dilakukan dengan analisis regresi melalui *software SPSS 22.0 for Windows*, diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 5. dan Tabel 6. :

Tabel 5.
Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,532E-16	,138		,000	1,000
Orientasi Kewirausahaan	,564	,140	,564	4,043	,000
R₁ Square	0,318				
F Statistik	16,343				
Signifikansi	0,000				

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis jalur substruktur 1 seperti yang disajikan pada Tabel 5. maka persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = \beta_2 X_1 \dots\dots\dots(1)$$

$$Y_1 = 0,564X_1$$

Tabel 6.
Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-6.820E-16	,088		,000	1,000
Orientasi Kewirausahaan	,230	,108	,230	2,134	,040
Inovasi	,704	,108	,704	6,527	,000
R₂ Square	0,731				
F Statistik	46,115				
Signifikansi	0,000				

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis jalur substruktur 2 seperti yang disajikan pada Tabel 6. , maka persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut :

$$Y_2 = \beta_1 X_2 + \beta_3 Y_1 \dots\dots\dots(2)$$

$$Y_2 = 0,230X_2 + 0,704Y_1$$

Menguji nilai koefisien determinasi (R^2) dan variabel error (e)

Berdasarkan model substruktur 1 dan substruktur 2, maka dapat disusun model diagram jalur akhir. Sebelum menyusun model diagram jalur akhir, terlebih dahulu dihitung nilai standar error sebagai berikut :

$$Pe_i = \sqrt{1 - R_i^2} \dots\dots\dots(3)$$

$$Pe_1 = \sqrt{1 - R_1^2} = \sqrt{1 - 0,318} = 0,825$$

$$Pe_2 = \sqrt{1 - R_2^2} = \sqrt{1 - 0,731} = 0,518$$

Berdasarkan perhitungan pengaruh error (Pei), didapatkan hasil pengaruh error (Pe_1) sebesar 0,825 dan pengaruh error (Pe_2) sebesar 0,518. Hasil koefisien determinasi total adalah sebagai berikut :

$$R^2_m = 1 - (Pe_1)^2 (Pe_2)^2 \dots\dots\dots(4)$$

$$= 1 - (0,825)^2 (0,518)^2$$

$$= 1 - (0,680) (0,268)$$

$$= 1 - 0,182$$

$$= 0,818$$

Nilai determinasi total sebesar 0,818 mempunyai arti bahwa sebesar 81,8% variasi keunggulan bersaing dipengaruhi oleh variasi orientasi kewirausahaan dan inovasi, sedangkan sisanya sebesar 18,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Pengaruh variabel secara parsial

Kriteria pengujian untuk menjelaskan interpretasi pengaruh antar masing-masing variabel sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing diperoleh nilai Sig. sebesar 0,040 dengan nilai koefisien beta 0,230. Nilai Sig. $0,040 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi

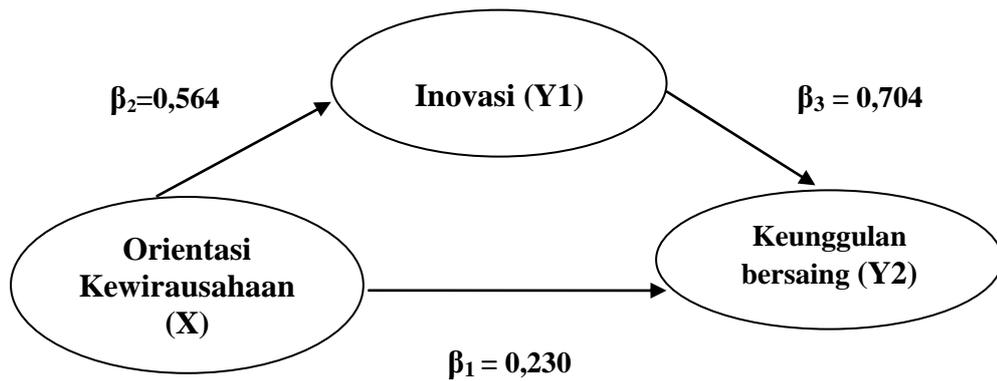
Berdasarkan hasil analisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,564. Nilai Sig. $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.

Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil analisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,704. Nilai Sig. $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Meringkas dan menyimpulkan

Hasil koefisien jalur pada hipotesis penelitian dapat digambarkan pada Gambar 4.2.



Gambar 2. Model Diagram Jalur Akhir

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 4.2, maka dapat dihitung besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung serta pengaruh total antar variabel. Perhitungan pengaruh antar variabel dirangkum dalam Tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 8.
Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung serta Pengaruh Total Orientasi Kewirausahaan (X), Inovasi (Y1), dan Keunggulan Bersaing (Y2)

Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung Melalui Inovasi (Y1) ($\beta_2 \times \beta_3$)	Pengaruh Total
Orientasi kewirausahaan terhadap inovasi	0,564	-	0,564
Orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing	0,230	0,397	0,627
Inovasi terhadap keunggulan bersaing	0,704	-	0,704

Sumber : Data diolah, 2016

Uji sobel merupakan alat analisis untuk menguji signifikansi dari hubungan tidak langsung antara variabel independen dengan variabel dependen yang dimediasi oleh variabel mediator. Uji Sobel dirumuskan dengan persamaan berikut dan dapat dihitung dengan menggunakan aplikasi Microsoft Excel 2007. Bila nilai kalkulasi Z lebih besar dari 1,96 (dengan tingkat kepercayaan 95

persen), maka variabel mediator dinilai secara signifikan memediasi hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas.

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}} \dots\dots\dots (2)$$

$$\text{Sig} = (1 - \text{NORMDIST}(Z)) + 2) \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

$$a = 0,564$$

$$S_a = 0,140 \text{ (std error reg1 varX)}$$

$$b = 0,704$$

$$S_b = 0,108 \text{ (std error reg2 varY1)}$$

$$Z = \frac{0,564 \cdot 0,704}{\sqrt{(0,704)^2 \cdot (0,140)^2 + (0,564)^2 \cdot (0,108)^2 + (0,140)^2 \cdot (0,108)^2}}$$

$$Z = \frac{0,397}{\sqrt{(0,010) + (0,004) + (0,00023)}}$$

$$Z = 3,398$$

$$\begin{aligned} \text{Sig} &= (1 - \text{NORMDIST}(Z)) + 2) \\ \text{Sig} &= (1 - \text{NORMDIST}(3,398)) + 2) \\ \text{Sig} &= 0,000 \end{aligned}$$

Tabel 9.
Hasil Uji Sobel

Nilai Z	Sig
3,398	0,000

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan hasil Uji Sobel pada Tabel 9 menunjukkan bahwa hasil tabulasi $Z = 3,398 > 1,96$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti

variabel mediasi yakni inovasi dinilai secara signifikan memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

Pengujian hipotesis pada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, dengan hasil (Sig. $0,040 \leq 0,05$) serta koefisien beta *standardized* sebesar 0,230 yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut berarti bahwa H_1 diterima, dimana semakin diterapkannya orientasi kewirausahaan oleh pemilik atau pengelola usaha kain endek di Kabupaten Klungkung maka nantinya akan dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zahra dan Garvis (2000) menyatakan bahwa perusahaan kecil yang berorientasi kewirausahaan memungkinkan untuk melaksanakan aktivitasnya dengan lebih baik dibandingkan dengan para pesaing dan menciptakan daya saing yang tinggi. Penelitian Reswanda (2011) menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM kerajinan kulit di Siodarjo. Hasil penelitian dari Lava (2012) juga menyebutkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha oleh-oleh makanan khas kota Probolinggo.

Pengujian hipotesis pada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi dengan hasil (Sig. $0,000 \leq 0,05$) serta koefisien beta *standardized* sebesar 0,564 yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap inovasi. Berdasarkan hasil diatas H_1 diterima, dimana semakin diterapkannya orientasi kewirausahaan oleh pemilik atau pengelola kain endek di Kabupaten Klungkung maka akan dapat memotivasi para karyawan untuk berinovasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hafeez *et al.* (2012) yang mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi. Pada penelitian tersebut dikatakan bahwa pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan akan lebih berani dan efektif dalam mengelola ide inovatifnya dibandingkan yang tidak. Destari dan Harjanti (2014) dalam penelitiannya berpendapat bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi pada Industri Batik di Kabupaten Jember. Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian Djodjoko dan Tawas (2014) membuktikan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap inovasi.

Pengujian hipotesis pada pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing dengan hasil (Sig. $0,000 \leq 0,05$) serta koefisien beta *standardized* sebesar 0,704 yang menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil tersebut berarti bahwa H_1 diterima, dimana semakin pemilik atau pengelola usaha kain endek di Kabupaten Klungkung melakukan inovasi dalam usahanya maka akan menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Supranoto (2009) yang menyatakan inovasi berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Larsen (2007) juga berpendapat bahwa kemampuan untuk melakukan inovasi sangat penting agar menciptakan keunggulan bersaing. Pada penelitian Jose (2012) juga menunjukkan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa nilai Z_{hitung} lebih besar dari Z_{tabel} ($3,398 > 1,96$) memiliki arti bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil tersebut berarti bahwa variabel inovasi positif memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing industri kain endek di Kabupaten Klungkung. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa semakin pemilik atau pengelola usaha kain endek di Kabupaten Klungkung memiliki sikap proaktif, inovatif, keagresifan dalam bersaing, dan berani dalam mengambil resiko, maka akan dapat memotivasi para karyawan untuk melakukan inovasi baik dari segi produk, proses, dan pemasaran, yang pada akhirnya dapat menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Parkman *et al.* (2012) dimana salah satu hasil penelitiannya adalah inovasi *capacity* berfungsi sebagai mediasi parsial pada hubungan antara orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing. Pada penelitian Destari dan Harjanti (2014) juga menemukan bahwa orientasi kewirausahaan yang diindikasikan dengan indikator inovasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat menunjukkan bahwa hubungan antar variabel orientasi kewirausahaan, inovasi dan keunggulan bersaing memiliki

pengaruh positif dan signifikan. Hasil tersebut diperoleh implikasi praktis pada variabel orientasi kewirausahaan yaitu usaha kain endek di Kabupaten Klungkung menerapkan orientasi kewirausahaan dengan baik. Pemilik atau pengelola usaha kain endek selalu menciptakan ide-ide inovatif, dan kreatif untuk menghasilkan produk yang baru.

Implikasi praktis pada variabel inovasi yaitu bahwa usaha kain endek di Kabupaten Klungkung mampu melakukan inovasi dengan baik. Pemilik atau pengelola usaha kain endek telah aktif memasarkan produknya pada *market place* baru seperti melalui *website* dan *social media*. Sehingga pemasaran kain endek tersebut tidak hanya melalui mulut ke mulut saja, namun dapat melalui media internet juga yang nantinya akan membuat produk lebih dikenal oleh masyarakat lokal maupun mancanegara.

Implikasi praktis pada variabel keunggulan bersaing yaitu bahwa usaha kain endek di Kabupaten Klungkung mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan baik. Pemilik atau pengelola usaha kain endek mampu membuat suatu keunikan pada produk yang dihasilkan melalui motif, warna, dan proses pembuatan yang berbeda dibandingkan pesaingnya. Sehingga memberikan nilai lebih pada kain endek tersebut yang nantinya dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

KETERBATASAN DAN ARAH PENELITIAN SELANJUTNYA

Beberapa keterbatasan penelitian yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan pada industri kain endek di Kabupaten Klungkung, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat di generalisasikan untuk industri endek di

luar Kabupaten Klungkung. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan pada satu kurun waktu tertentu saja (*Cross Section*), sedangkan lingkungan yang ada akan terus mengalami perubahan.

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah hendaknya menambahkan variabel lain seperti variabel orientasi pasar dan kinerja pemasaran untuk mampu mempengaruhi keunggulan bersaing pada industri kain endek. Selain itu, jumlah sampel serta ruang lingkup penelitian dapat diperluas sehingga tidak hanya terbatas pada Kabupaten Klungkung saja

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa diterapkannya orientasi kewirausahaan pada usaha kain endek di Kabupaten Klungkung akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing industri tersebut, dengan hasil (Sig. $0,040 \leq 0,05$) serta koefisien beta *standardized* sebesar 0,230; Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa diterapkannya sikap orientasi kewirausahaan akan mampu meningkatkan keinginan melakukan inovasi pada usaha kain endek di Kabupaten Klungkung, dengan hasil (Sig $0,000 \leq 0,05$) serta koefisien beta *standardized* sebesar 0,564; Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa semakin meningkatnya inovasi pada usaha akan memperkuat keunggulan bersaing yang dimiliki oleh usaha kain endek di Kabupaten Klungkung, dengan hasil (Sig.

0,000 \leq 0,05) serta koefisien beta *standardized* sebesar 0,704; Inovasi secara signifikan memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dengan hasil $z = 3,398 \geq 1,96$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan pembahasan dan simpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan pada pemilik atau pengelola usaha kain endek di Kabupaten Klungkung pada segi orientasi kewirausahaan adalah agar lebih meningkatkan sikap agresif dalam bersaing seperti selalu melakukan tindakan mendahului para pesaing dan merespon cepat perubahan yang terjadi di lingkungan. Pada segi inovasi, pemilik atau pengelola usaha kain endek diharapkan meningkatkan penggunaan mesin-mesin khusus dalam proses produksi tertentu agar mengefisienkan waktu pengerjaan. Peningkatan standar kualitas produk yang baik, penggunaan pewarna alami, dan penciptaan desain yang menarik pada kain endek juga diperlukan guna memberikan nilai tambah pada produk tersebut. Pada segi keunggulan bersaing, pemilik atau pengelola usaha kain endek dirasa perlu memperhatikan kualitas dalam menghasilkan kain endek agar lebih meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki sehingga unggul dibandingkan pesaingnya.

REFERENSI

- Afiah, Nunuy Nur. 2009. Peran Kewirausahaan dalam Memperkuat UKM Indonesia Menghadapi Krisis Finansial Global. *Journal Accounting and finance*. 22 (1), pp: 1-9.
- Ari. 2006. Endek Bali Jalan, tapi Terengah Engah.
<http://www.cybertokoh.com/mod.php?mod=publisher&op=viewarticle&artid=1901>. Diakses 18 Agustus 2016.
- Atalay, M., Nilgun Anafarta., dan Fulya Sarvan. 2013. The Relationship Between Innovation and Firm Performance : An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 75(1), pp:226-235.

- Atuahene-Gima, K., dan Anthony Ko. 2001. An Empirical Investigation of the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product Innovation. *Organization Science*. 12(1), pp:54-74.
- Aliyu, M.S., Halilu Bello Rogo, dan Rosli Mahmood. 2015. Knowledge Management, Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role Organizational Culture. *Asian Social Science*. 11(23), pp:140-152.
- Bharadwaj, Sundar G., P Rajan Varadarajan, dan John Fahy. 1993. Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing*. 57(4), pp:83-99.
- Bppk.kemenkeu.go.id. Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan Perekonomian Indonesia. Diakses: 12 Januari 2016.
<http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/150-artikel-keuangan-umum/20545-masyarakat-ekonomi-asean-mea-dan-perekonomian-indonesia>
- Chen, Yu-Shan., Shyh-Bao Lai, dan Chao-Tung Wen. 2006. The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*. 67(4), pp:331-339.
- Day, G.S. dan Robin Wensley. 1988. Assessing Advantage: a Framework for Diagnosing Competitive Superiority. *Journal of Marketing*. 52(2), pp:1-20
- Destari, Fajar., dan Wulandari Harjanti. 2014. Menyelaraskan Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi untuk Mendapatkan Keuntungan Kompetitif Pada Industri Kreatif (Studi Empirik Pada Industri Batik di Kabupaten Jember). *Media Mahardika*. 12(2), pp:69-90.
- Dewi, Sensi Tribuana. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Tesis*. Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali. 2016. Data Jumlah Pengrajin Endek di Kabupaten Klungkung 2015. Denpasar.
- Djodjobo, Cynthia Vanessa dan Tawas, Hendra N. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan , Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. 2(3), pp:1214-1224.

- Ellitan, L. 2006. Strategi Inovasi dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Pendekatan Model Simultan dan Model Sekuensial. *Jurnal Manajemen*. 6(1), pp:1-22.
- Frese, M., Anouk Brantjes, dan Rogier Hoorn. 2002. Psychological Success Factor of Small Scale Business in Namibia : The Role of Strategy Process, Entrepreneurial Orientation and The Environment. *Journal of Development Entrepreneurship*. 7 (10), pp:259-282.
- Hafeez, Muhammad Haroon., Mohd Noor Mohd Shariff, dan Halim Bin Mad Lazim. 2012. Relationship between Entrepreneurial Orientation, Firm Resource, SME Branding and Firm's Performance: Is Innovation the Missing Link?. *American Journal of Industrial and Business Management*. 2(4), pp:153-159.
- Halim., Djumilah H., Solimun, dan Djumahir. 2012. Kapabilitas Pemasaran sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Menengah di Sulawesi Tenggara). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 10(3), pp:472-484.
- Hartini, Sri. 2012. Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 14(1), pp:82-88.
- Hernard, David H., dan David M Szymanski. 2001. Why Some New Products are More Successful Than Others. *Journal of Marketing Research*. 38(8), pp:362-375.
- Keh, A.T., Thi Tuyet Mai Nguyen, dan Hwei Ping Ng. 2007. The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on The Performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*. 22(2), pp: 592-611.
- Knight, G. 2000. Entrepreneurship and Marketing Strategy: The SME Under Globalization. *Journal of International Marketing*. 8(2), pp:12-32.
- Kumalaningrum, Maria Pampa., dan Heni Kusumawati. 2013. Orientasi Kewirausahaan dan Keberhasilan Inovasi : Peran Orientasi Pasar dan Gender Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*. 24(3), pp:115-165.
- Larsen, P. dan A. Lewis. 2007. How Award Winning SMEs The Barriers to Innovation. *Journal Creativity and Innovation Management*. 16(2), pp:141-151.
- Liao, D., dan P. Sohmen. 2001. The Development of Modern Entrepreneurship in China. *Stanford Journal of East Asian Affairs*. 1(1), pp:27-33.

- Lumpkin, G. T., dan Gregory G. Dess. 2001. Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Ventures*, 16(3), pp:429-451.
- Mahmood, Rosli., dan Norshafizah Hanafi. 2013. Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia :Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Science*. 4(1), pp:82 -90.
- O'brien, Karen L., dan Robin M Leichenko. 2000. Double Exposure, Assesing The Impact of Climate Change Within The Context of Economic Globalization. *Journal of Global Environment Change*. 10(3), pp:221-232.
- Prakosa, B. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur di Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. 2(1), pp:35-57.
- Parkman, Ian D., Samuel S Holloway, dan Helder Sebastio. 2012. Creative Industries: Aligning Entrepreneurial Orientation and Innovation Capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. 14(1), pp:95-114.
- Ren, L., Guangya Xie dan Koos Krabbendam. 2010. Sustainable Competitive Advantage And Marketing Innovation Within Firms A Pragmatic Approach For Chinese Firms. *Management Research Review*. 33(1), pp:79-89
- Renko, M., Alan Carsrud, dan Malin Brännback. 2009. The Effect of a Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Technological Capability on Innovativeness: A Study of Young Biotechnology Ventures in the United States and in Scandinavia. *Journal of Small Business Management*. 47(3), pp:331–369.
- Reswanda. 2012. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*. 11(2), pp:65-91.
- Sismanto, Adi. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada Industri Kecil dan menengah Produk Makanan di Propinsi Bengkulu). *Tesis*. Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.

- Song, X.M. dan Mark E Parry. 1997. The determinants of Japanese New Product Success. *Journal of Marketing Research*. 34(1), pp: 64-76.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kauntitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supranoto, Mieke. 2009. Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empiris pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kota Semarang). *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Suryanita, A. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empirik pada Industri Pakaian Jadi di Kota Semarang). *Tesis* Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Susanto, A. 2013. Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmelati Demak. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Stoilkovska, Aleksandra., Natasha Ristovska, dan Sashko Gramatnikovski. 2015. Innovative Business Models a Factor for Competitive Advantage of the Companies. *UTMS Journal of Economics*. 6(1), pp:135–146.
- Tambunan, Tulus. 2008. Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM. <http://www.kadin-indonesia.or.id/enm/images/dokumen/KADIN-98-3000-21072008.pdf>. Diakses 18 Agustus 2016.
- Wahyono. 2002. Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 1(1), pp: 25-45.
- Weerawardena, J. 2003 Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy. *European Journal of Marketing*. 37(1), pp:407 – 429.
- Wicaksono, G., dan Audita Nuvriasari. 2012. Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar : Kajian pada Peran serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*. 3(4), pp:1-25.

Wiklund, J. dan Dean Shepherd. 2003. Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation and the performance of small and medium-sized business. *Strategic Management Journal*. 24(13), pp:1307-1314.

Zahra, S.A. dan Dennis M Garvis. 2000. International Corporate Entrepreneurship and Firm Performance: The Moderating Effect of Environmental Hostility. *Journal of Business Venturing*. 15(5), pp:469-480.