

PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER

Inda Lestari¹, Miguna Astuti^{2*}, Hariyanto Ridwan³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta

*E-mail korespondensi : miguna.astuti@upnyj.ac.id

Informasi Artikel

ABSTRACT

Draft awal: 05 Desember 2018
Revisi : 16 Februari 2018
Diterima : 25 Februari 2019
Online: 25 Februari 2019

Keywords: *Innovation,
Entrepreneurship Orientation,
Competitive Advantage*

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Fakultas
Ekonomi Universitas Islam
Attahiriyah

This research was conducted to analyze the effect of innovation orientation and entrepreneurship on the competitive advantage of culinary MSMEs in the Cilandak Barat area, South Jakarta. The population used for this study was 36 actors in the culinary field of SMEC. The sampling technique uses a saturated sampling method. The data analysis tool used is PLS 3.0. The results of this study indicate that the innovation variable has a significant influence on the culinary competitiveness of SMEC. And, entrepreneurial orientation has a significant influence on the culinary competitiveness of SMEC. The researcher suggests SMECs to pay attention to other factors that can influence competitive advantage.

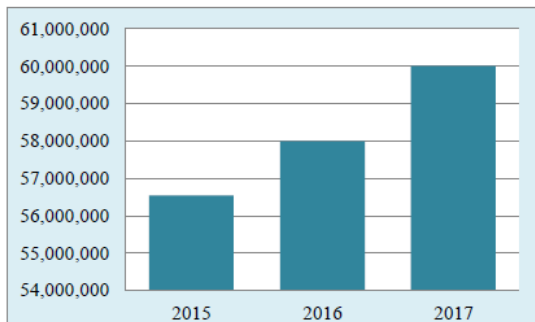
Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh orientasi inovasi dan kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif UMKM kuliner di Kawasan Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Populasi yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 36 pelaku bidang kuliner SMEC. Teknik penentuan sampel menggunakan metode sampling jenuh. Alat analisis data yang digunakan adalah PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing kuliner SMEC. Dan, Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap daya saing kuliner SMEC. Peneliti menyarankan kepada para pelaku SMEC untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif.

Pedoman Sitasi : Inda Lestari, Miguna Astuti, & Hariyanto Ridwan (2019). PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4 (1), 111 - 118.

1. Pendahuluan

Di era globalisasi ini, persaingan industri semakin ketat dan tinggi. Semua Negara harus memiliki keunggulan kompetitif sebagai syarat mutlak. Tidak hanya bersaing dengan kompetitor lokal, tetapi juga harus bersaing dengan kompetitor asing yang sudah banyak masuk di industri dalam negeri. Negara berkembang seperti Indonesia ini tidak bisa hanya mengandalkan perusahaan besar saja sebagai motor penggerak, tetapi diperlukan pula keterlibatan dari UMKM yang memiliki peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, karena berkontribusinya terhadap pertumbuhan produk domestik bruto dan dalam menyerap banyak tenaga kerja (Tambunan, 2012).

Banyak pelaku usaha menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka usaha bisnis, yang dapat terlihat dari banyaknya jumlah UMKM di Indonesia saat ini. Berikut adalah data pertumbuhan jumlah UMKM pada tahun 2015 sampai 2017 yang dapat dilihat dibawah ini:



Sumber: data diolah Januari 2018

Gambar 1. Pertumbuhan UMKM di Indonesia

Pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Pada tahun 2015 terdapat 56.540.000 unit UKM, naik menjadi 58.000.000 unit pada tahun 2016 dan menjadi 60.000.000 unit UMKM pada tahun 2017. Lebih lanjut data dinas koperasi, usaha kecil dan menengah serta perdagangan menunjukkan bahwa jumlah UMKM DKI Jakarta tertinggi berada di Wilayah Jakarta Selatan dengan total 180.517 pelaku UMKM dan terendah di wilayah Kepulauan Seribu yaitu 165 UMKM. DKI Jakarta sendiri memegang peranan penting dalam aspek pertumbuhan ekonomi, yang tentunya memberikan harapan kepada masyarakat untuk mengembangkan usahanya.

Salah satu prioritas utama pemerintah DKI Jakarta adalah mengembangkan UMKM, salah satu bisnis mikro yang paling berkembang di DKI Jakarta adalah kuliner (Pramita, 2008). Menurut data dari website presidenRI.go ada sebanyak 56 juta Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia dan 70% diantaranya terdiri dari UKM pangan. Menurut data Badan Pusat Statistik, jumlah restoran/rumah makan yang berada di Kelurahan Cilandak Barat, Jakarta selatan berjumlah kurang lebih 151 pelaku usaha. Dengan luas wilayah Cilandak Barat 6,08 km², maka kepadatan UMKM kuliner di wilayah ini mencapai 25 UMKM per km² (BPS, 2017). Untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai bagaimana dampak dari inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner, maka dapat dilihat dari gambar survei pendahuluan UMKM kuliner di Wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan dibawah ini:



Sumber: data diolah Januari 2018

Gambar 2. Survei Pendahuluan UMKM Kuliner di Wilayah Cilandak Barat Jakarta Selatan.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan di awal tahun 2018 pada UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, diketahui bahwa pelaku UMKM kuliner di Cilandak Barat sebanyak 70% sudah melakukan variasi terhadap produk dalam mengembangkan usahanya dan 60 % berani mengambil resiko. Namun volume penjualan UMKM masih mengalami penurunan. Maka dapat disimpulkan bahwa meskipun UMKM di wilayah Cilandak Barat sudah melakukan inovasi melalui variasi produk dan orientasi kewirausahaan melalui pengambilan resiko, namun masih belum dapat unggul dari persaingan yang ada. Sedangkan keunggulan bersaing adalah jantung dari kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing (Fatmawati, Pradhanawati, & Ngatno, 2016), dan keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya.

Meski terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh variabel inovasi (Djojjobo & Tawas, 2014; Nurtiah, 2016; Puspasari & Rahardjo, 2017; Tahir, Pasda, & Widhi, 2018). Hasil yang ditemukan Usvita (2015); Fatmawati, Pradhanawati, & Ngatno (2016); Zeebaree & Siron (2017); Sirivanh, Sukkabot, & Sateeraroj (2014) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan dalam bersaing.

Berdasarkan uraian tersebut, perlu dilakukan penelitian terkait inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Adapun tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk meneliti pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan secara khusus penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran, terutama dalam meningkatkan keunggulan bersaing usaha mikro, kecil dan menengah sehingga dapat digunakan sebagai pendukung konsep-konsep terdahulu serta sebagai acuan bagi peneliti lain yang berkaitan dengan temuan yang berhasil diungkapkan dalam penelitian.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Armstrong, 2014). Pemasaran dinyatakan pula sebagai sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi pelanggan, karyawan, dan pemegang saham (Hasan, 2013). Sedangkan pemasaran *entrepreneurial* didefinisikan sebagai sebuah fungsi organisasi dan sekelompok proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dalam cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan serta berkarakter inovatif, pengambilan risiko, proaktif dan berkinerja tanpa sumber daya yang kini dikendalikan (Slamet, Tunjungsari, & Ie, 2014).

Inovasi sendiri didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna (Robbins & Coulter, 2016). Suatu usaha bisnis yang mampu membuat inovasi maka usaha tersebut dapat memimpin dan memperkecil kemungkinan kompetitor untuk melakukan inovasi lebih awal. Maka dari itu pebisnis harus menyiapkan strategi inovasi terhadap usaha bisnisnya agar dapat menciptakan keunggulan dari pesaing. Menurut (Utaminingsih, 2016), inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Djojoko & Tawas, 2014), (Nurtiah, 2016), dan (Tahir, Pasda, & Widhi, 2018) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh variabel inovasi.

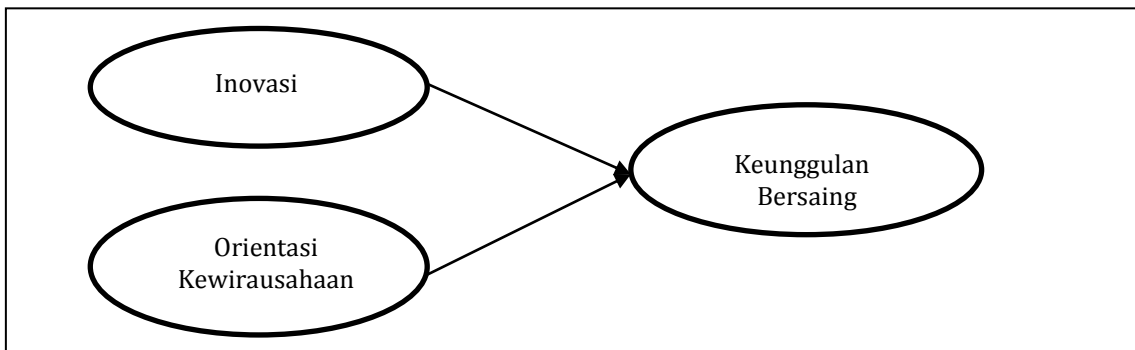
Lebih lanjut, keunggulan bersaing dinyatakan sebagai sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikan posisi yang unik di pasar sehingga lebih unggul dari para pesaingnya (Slamet, Tunjungsari, & Ie, 2014). Dengan demikian, SDM yang memahami dan memiliki kemampuan kewirausahaan akan memiliki keunggulan dalam menghadapi faktor internal dan eksternal perusahaan, sehingga lebih mampu mengelola faktor-faktor tersebut menjadi strategi yang bermanfaat bagi perusahaan agar terdapat perubahan yang memberi diferensiasi dibanding kompetitor. Sehingga orientasi kewirausahaan akan berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan dalam bersaing (Usvita, 2015); (Fatmawati, Pradhanawati, & Ngatno, 2016); (Zeebaree & Siron, 2017); (Sirivanh, Sukkabot, & Sateeraroj, 2014).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₁ : Inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan.

H₂ : Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan.

Berikut adalah model pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka pemikiran

3. Metode Penelitian

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah termasuk penelitian kuantitatif deskriptif dan verifikatif. Dimana, penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran atau deskripsi tentang pertimbangan pelaku UMKM terhadap pelaksanaan inovasi serta orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing berdasarkan persepsi pelaku UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Sedangkan penelitian verifikatif dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis berdasarkan data di lapangan. Mengacu pada batasan tersebut

dan sesuai dengan tujuan penelitian yang dirumuskan, penelitian ini menggunakan metode survei penjelasan (*explanatory survey method*) dan metode deskriptif (*descriptive survey method*).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner yang berada di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Dan jumlah populasi UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan yang terdaftar dalam program OK-OCE terdapat 36 UMKM kuliner. Adapun seluruh populasi, yaitu 36 UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan seluruhnya dijadikan sampel penelitian, atau yang dikenal dengan sampling jenuh. Teknik penentuan sampel ini dipilih peneliti untuk membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil karena jumlah populasi yang relatif kecil (Sugiyono, 2016).

Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel dari variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Inovasi (X_1). Inovasi dalam penelitian ini merupakan suatu proses kemampuan berfikir, keterampilan dan sumber daya dari pelaku UMKM untuk mengimplementasikan pemikiran dari ide-ide kreatif tersebut sehingga menghasilkan suatu hal baru berbentuk produk, jasa, proses, cara baru, dan peluang. Skor yang diperoleh pada penelitian ini menggunakan kuesioner melalui dimensi: inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pasar yang diukur menggunakan skala likert.
- b. Orientasi Kewirausahaan (X_2). Orientasi Kewirausahaan dalam penelitian ini merupakan strategi benefit pelaku UMKM untuk dapat berkompetisi yang terbentuk dengan sikap inovatif, proaktif dan pengambilan resiko. Skor yang diperoleh pada penelitian ini menggunakan kuesioner melalui dimensi: proaktif, inovatif dan pengambilan resiko yang diukur menggunakan skala likert.
- c. Keunggulan Bersaing (Y). Keunggulan bersaing dalam penelitian ini merupakan sekumpulan faktor kemampuan pelaku UMKM yang membedakan UMKM tersebut dari para pesaingnya dan memberikan posisi yang unik di pasar sehingga lebih unggul. Skor yang diperoleh pada penelitian ini menggunakan kuesioner melalui dimensi: keterampilan yang superior dan sumber daya yang superior yang diukur menggunakan skala likert.

Teknik Analisis

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif dengan alat analisis *Partial Least Square* (PLS). Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan indeks jawaban responden dari berbagai konstruk yang dikembangkan (Ferdinand, 2011). Maka perhitungan indeks jawaban responden untuk analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = ((F_1 \times 1) + (F_2 \times 2) + (F_3 \times 3) + (F_4 \times 4) + (F_5 \times 5)) / 5$$

Ket:

F_1 : frekuensi responden yang menjawab 1.

F_2 : frekuensi responden yang menjawab 2 dan seterusnya

Tabel 1. Interpretasi Nilai Responden Nilai Indeks Interpretasi

Nilai Indeks	Intepretasi
7.2 – 16.8	Rendah

16.9 – 26.5	Sedang
26.6 – 36.2	Tinggi

Sumber: (Ferdinand, 2011)

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada table 3 berikut akan disajikan hasil perhitungan pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan uji hipotesis yang diperoleh melalui output PLS.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Original Sampel (O)	T Statistik	Standar Deviasi	P Values
Inovasi -> Keunggulan Bersaing	0.554	4.954	0.000
Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing	0.437	3.751	0.000

Sumber: PLS 3.0

Inovasi dan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta selatan. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien 0.554 dan nilai uji t-statistik yang lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $t_{hitung} 4,954 > t_{tabel} 2,035$, serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dalam hal ini inovasi memiliki nilai indikator pesan tertinggi dibandingkan variabel kewirausahaan yang hanya memiliki koefisien sebesar 0.437.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai koefisien sebesar 0.384, sehingga dengan kata lain usaha yang mampu memperkenalkan inovasi dapat memimpin dan memperkecil kemungkinan kompetitor untuk melakukan inovasi lebih awal (Djojono & Tawas, 2014). Hasil tersebut sejalan pula dengan penelitian yang menyatakan bahwa jika inovasi meningkat maka semakin tinggi usaha tersebut dapat unggul dalam bersaing (Sherlin, 2016). Hasil penelitian tersebut sejalan pula dengan pertanyaan bahwa pengaruh yang signifikan dan positif dari inovasi terhadap keunggulan bersaing menyebabkan usaha yang memiliki produk unik dan berbeda akan unggul dalam bersaing di pasar (Tahir, Pasda, & Widhi, 2018).

Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa orientasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta selatan. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien 0.437 dan nilai uji t-statistik yang lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $t_{hitung} 3,751 > t_{tabel} 2,035$, serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dalam hal ini orientasi kewirausahaan memiliki nilai indikator pesan diposisi kedua setelah inovasi.

Hal tersebut sejalan dengan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM (Usvita, 2015). Selanjutnya hasil tersebut sejalan pula dengan penelitian yang bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh suatu bisnis maka pencapaian keunggulan bersaing dari bisnis tersebut juga akan semakin baik (Tahir, Pasda, & Widhi, 2018).

Dengan hasil analisis inovasi dan orientasi kewirausahaan secara simultan terhadap keunggulan bersaing (R_{square}) sebesar 0.940 lebih lanjut dapat diartikan bahwa variabel inovasi dan orientasi kewirausahaan dapat menjelaskan variabel keunggulan bersaing sebesar 94%, sedangkan sisanya 6% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti. Sehingga dapat dinyatakan bahwa usaha yang melakukan orientasi kewirausahaan akan mampu berinovasi untuk dapat menciptakan produk yang lebih unik dibanding pesaingnya, usaha tersebut juga akan berani mengambil resiko dalam pengambilan keputusan yang belum pasti namun memberikan peluang untuk hasil yang lebih baik di tengah persaingan (Fatmawati, Pradhanawati, & Ngatno, 2016).

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Terdapat sejumlah keterbatasan dalam penelitian ini, pertama adalah penelitian ini hanya menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 36 responden karena menggunakan sampel jenuh sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner tersebut. Kedua, responden dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner yang menggunakan data Kelurahan Cilandak Barat Jakarta Selatan saja, sehingga data yang terkumpul kurang meluas mengenai perihal variabel keunggulan bersaing. Ketiga, penelitian ini hanya mengukur variabel keunggulan bersaing dengan menggunakan variabel inovasi dan orientasi kewirausahaan. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.

Penelitian ini secara teoritis telah menemukan hubungan antara inovasi dan orientasi kewirausahaan baik secara bersama-sama maupun secara terpisah terhadap keunggulan bersaing dari UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para pelaku usaha kuliner makanan ringan maupun makanan berat di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan agar senantiasa meningkatkan keunggulan bersaing melalui inovasi dan orientasi kewirausahaan.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan serta pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Hal ini menunjukkan semakin UMKM kuliner berinovasi terhadap produknya maka keunggulan bersaing terhadap usaha tersebut akan meningkat. Dari hasil analisis diketahui pula bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin pelaku UMKM kuliner menerapkan orientasi kewirausahaan terhadap usahanya maka keunggulan bersaing terhadap usaha tersebut akan meningkat.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2017). *Data Statistik Pertumbuhan Ekonomi DKI Jakarta*. Retrieved februari 3, 2018.
- Djojjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA Volume 2, No.3*, 1214-1224.
- Fatmawati, R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis, Volume 5, No. 3*.

- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi 3*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
<http://diskumdagdkj.jakarta.go.id/bidang-umkm>. (n.d.).
<http://presidenri.go.id/berita-aktual/potensi-besar-ukm-industri-makanan-minuman.html>. (n.d.).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Nurtiah. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Manajemen Pengetahuan Terhadap kinerja Pemasaran. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 6, No.2*, 213-226.
- Pramita, E. (2008). *Kartini, Porta Berita Wanita*. Retrieved from www.majalahkartini.co.id:
<https://majalahkartini.co.id/berita/serba-serbi/food-delivery-ini-dukung-umkm-kuliner/>
- Puspasari, E. L., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Makanan dan Minuman Skala Kecil dan Menengah di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management, Volume 6, No. 3*, 1-8.
- Robbins, P. S., & Coulter, M. (2016). *Management*. United States: Pearson Education Limited.
- Sherlin, I. (2016). Pengaruh Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Benefita, Volume 1, No.3*, 105-112.
- Sirivanh, T., Sukkabot, S., & Sateeraroj, M. (2014). The Effect of Orientation and Competitive Advantage on SME's. *International Journal of Bussiness and Social Science, Volume 5, No. 6*, 189-194.
- Slamet, F., Tunjungsari, H. K., & Ie, M. (2014). *Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian. Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Albeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tahir, B., Pasda, S., & Widhi, A. K. (2018). The Influence of market oientation, Innovation, and Entrepreneurial competence on competitiveness and Performance of Small And medium Enterprises of Silk weaving Industry. *OSR Journal of Business and Management Volume 20, Issue 2*, 1-9.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Usvita, M. (2015). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi. Volume 3, No. 1*, 31-37.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran. *Media Ekonomi dan Manajemen, 77-87*.
- Zeebaree, M. R., & Siron, R. B. (2017). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs. *International Review of Management and Marketing, Volume 7, No.1*, 43-52.

Profil Penulis

Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM adalah Dosen Senior bidang Riset Pemasaran di Universitas Pembangunan Negeri Veteran Jakarta. Minat penelitiannya termasuk pemasaran jasa dan perilaku konsumen. Penulis ini dapat dihubungi di email : miguna.astuti@upnvj.ac.id