

## PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KOMPETENSI WIRAUSAHA TERHADAP DAYA SAING (Studi Empiris pada UMKM di DIY)

**Dwi Novitasari**

Prodi Akuntansi STIE Widya Wiwaha Yogyakarta  
Email: [novita@stieww.ac.id](mailto:novita@stieww.ac.id)

**Lukia Zuraida**

Prodi Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta  
Email: [lukiabrownies@yahoo.com](mailto:lukiabrownies@yahoo.com)

### **Abstract**

*Small and Medium Enterprises (SMEs) cannot be separated from entrepreneur and entrepreneurial terms. Many factors influence of SMEs development, both internally and externally. This study tends to observe from internal side, where a factor of entrepreneurship orientation and entrepreneurial competence has had an important role. Dimensions of entrepreneurship orientation are: need for achievement, internal locus of control, self reliance and extroversion. Entrepreneurship orientation is basis that should be owned by every entrepreneur to run their business and the other hand created the competitiveness of SMEs. The need for adequate competence in running a business is considered an urgent thing started, because by having sufficient competence expected of entrepreneurs able to compete both locally and globally. Dimensions competencies are: task/skill, task management skills, contingency management skills, job role environment skills, and transfer skills. By growing and advancement of the business activities of SMEs is an interesting topic to be researched, each of effort is required to have a distinctive competitiveness and unique. To determine competitiveness dimensions includes: valuable resource, rare, difficult to imitate and non-substitutable. The results showed that the entrepreneurship orientation (with a significance value of 0.005) and entrepreneurial competencies (with a significance value of 0.000) have an influence on competitiveness. By knowing the extent of the influence of entrepreneurial orientation and entrepreneurial competence on the competitiveness of SMEs in DIY, it is expected to help the government, private sector and academicians in facilitating and supporting the development of SMEs in DIY.*

**Keywords:** *Entrepreneurship Orientation, Entrepreneurial Competence, Competitiveness, SMEs.*

### **PENDAHULUAN**

Membangun kewirausahaan dinyatakan sebagai salah satu cara memperkuat perekonomian. Munculnya berbagai kegiatan wirausaha beberapa tahun terakhir memicu maraknya kegiatan ekonomi. Wirausaha sendiri

berarti suatu kegiatan manusia dengan mengerahkan tenaga pikiran atau badan untuk mencapai/menciptakan suatu pekerjaan yang dapat mewujudkan insan mulia.

Orang yang melakukan wirausaha dinamakan wirausahawan. Bentuk dari aplikasi atas sikap-sikap kewirausahaan dapat diindikasikan dengan orientasi kewirausahaan dengan indikasi kemampuan inovasi, proaktif, dan kemampuan mengambil resiko (Looy et al. 2003).

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Usaha yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko (Becherer dan Maurer, 1997). Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik. Kemampuan berinovasi adalah titik penting dari kewirausahaan dan esensi dari karakteristik kewirausahaan. Seseorang yang berani mengambil resiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan. Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal (Looy et al. 2003).

Orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan, dimana penggunaan sumberdaya memiliki banyak keunggulan potensial bagi perusahaan seperti pencapaian efisiensi yang lebih besar dan selanjutnya biaya yang lebih rendah, peningkatan kualitas dan kemungkinan pangsa pasar serta profitabilitas yang lebih besar (Collis, 1994).

Upaya untuk meningkatkan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dapat dilakukan para wirausahawan dengan melakukan perbaikan kedalam, salah satunya melalui pengembangan sumber daya manusia dengan peningkatan kompetensi. Wibowo (2007:324) menyatakan kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau

melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Perbaikan kondisi internal dalam peningkatan kompetensi bertujuan untuk memperkuat diri dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan lokal dan global yang pasti akan semakin ketat. Perkembangan teori dan empiris sekarang ini membuktikan bahwa perusahaan dengan kompetensi superior akan menghasilkan informasi yang lebih baik mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggannya dan juga lebih baik dalam membangun dan memasarkan barang atau jasa melalui aktivitas yang terkordinasi dengan baik. Lebih lanjut, Slater and Narver (1994) menjelaskan bahwa kompetensi superior juga memberi perusahaan kemampuan untuk menghasilkan dan bertindak berdasarkan pengetahuan mengenai aksi dan reaksi pesaing, yang akan membantunya membangun daya saing. Porter (1990) mengatakan bahwa strategi bersaing mengarah kepada suatu posisi yang mampu menciptakan laba dan dukungan untuk berhadapan dengan kekuatan yang menentukan persaingan industri.

Menurut data BPS (2012), pertumbuhan sumbangan UMKM terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) di Indonesia hanya sebesar 9,90% dengan tingkat pertumbuhan jumlah UMKM sebesar 2,41%. Era desentralisasi memunculkan otonomi dalam pengelolaan daerah, setiap masyarakat di daerah menghadapi tantangan yang berbeda dari lingkungan eksternal. Kebijakan dan strategi yang dikembangkan haruslah sesuai dengan spesifikasi atau kondisi yang dibutuhkan oleh daerah yang bersangkutan dan dikembangkan dengan menggunakan sumber daya lokal yang efisien, termasuk sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya budaya.

Berdasarkan hasil Sensus Penduduk (SP) 2010, jumlah penduduk Provinsi DIY tahun 2010 tercatat sebanyak 3.457.491 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki 49,43% atau sebanyak 1.708.910 jiwa dan penduduk perempuan 50,57%

atau 1.748.581 jiwa (Bappeda DIY, 2013). Tahun 2012 penduduk yang bekerja dan angkatan kerja diproyeksikan masing-masing sebanyak 1.709.547 orang dan 1.780.185 orang (Bappeda DIY, 2013).

Pertumbuhan UMKM tergantung dari kondisi lingkungan bisnis yang dibuat sebagai usaha bersama antara UMKM, pemerintah daerah dan entitas masyarakat setempat. Unsur lingkungan bisnis kondusif yang perlu menjadi perhatian, meliputi ketersediaan modal, infrastruktur dan fasilitasnya, ketersediaan tenaga terampil, penggunaan teknologi informasi, layanan pendidikan dan pelatihan, jaringan pengetahuan, ketersediaan layanan bisnis, lembaga lingkungan pendukung pembangunan daerah, dan kualitas pengelolaan sektor publik. Untuk mempercepat pembangunan daerah, maka pemerintah daerah sebagai pengambil kebijakan pembangunan harus lebih mengintegrasikan semua lintas pelaku, termasuk berbagai unsur dalam pemerintah daerah, bisnis, organisasi nirlaba dan penduduk. Sudah saatnya perlu diperhatikan bagaimana peran UMKM strategis untuk menciptakan tenaga kerja, kesejahteraan dan peningkatan standar hidup masyarakat di DIY.

## RERANGKA TEORITIS

### A. Orientasi Kewirausahaan

Hisrich *et al.*, (2008) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru serta pengambilan resiko dan imbal hasil. Tunggal (2008) menyimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu tindakan kreatif yakni membangun nilai dari sesuatu yang praktis tidak ada, pencarian peluang dengan sumberdaya yang ada maupun dengan sumberdaya terbatas, dan pengambilan resiko yang diperhitungkan. Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses (Suryana, 2006). Menurut Slater and Narver (1994) sebuah bisnis dapat mencapai potensi penuh orientasi pasarnya, ketika hal tersebut disebabkan oleh adanya kecenderungan sifat orientasi kewirausahaan yang tepat dan sesuai

dengan desain dan struktur organisasi. Beberapa penelitian tentang orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa *entrepreneurship* adalah atribut utama untuk mencapai kinerja perusahaan yang tinggi.

Drucker (1994) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai sifat, watak atau ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh.

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different thing*). Berani mengambil risiko merupakan sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian, Keh *et.al.* (2007). Proaktif mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif, seperti memperkenalkan produksi baru atau jasa di atas kompetisi dan aktivitas untuk mengantisipasi permintaan mendatang dalam rangka menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan.

Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

Berbagai dimensi orientasi kewirausahaan dikembangkan oleh para peneliti, diantaranya menurut Lumpkin dan Dess (1996) dalam tulisannya menyatakan bahwa terdapat 5 (lima) dimensi yang membentuk karakter dan membedakan orientasi kewirausahaan yaitu; *autonomy, innovativeness, risk taking, proactiveness* dan *competitive aggressiveness*.

Sementara Miller and Friesen (1982) mengidentifikasi 11 dimensi proses untuk strategi orientasi kewirausahaan yaitu *adaptiveness, analysis, integration, risk taking* dan *product market innovation*. Frederickson (1986) mengajukan dimensi lain yaitu *proactiveness, rationality, comprehensiveness, risk-taking* dan *assertiveness*. Sedangkan Miles and Snow (1978) mempertimbangkan beberapa dimensi yang meliputi *prospectors, defenders, analyzers* dan *reactors*. Dampak dari orientasi kewirausahaan terhadap “*venture growth*” (*Growth of Sales and Profit*) telah diteliti oleh Lee dan Tsang (2001 : 599) dimana orientasi kewirausahaan terdiri atas unsur (1) *need for achievement* (2) *internal locus of control* (3) *self reliance* dan (4) *extroversion*. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku wirausaha dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha, dimana orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Oleh sebab itu, perusahaan yang semakin inovatif, proaktif, dan berani untuk mengambil risiko cenderung mampu untuk meningkatkan daya saingnya (Covin dan Slevin, 1989). Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis :

$H_1$  : *Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM.*

## **B. Kompetensi Wirausaha**

Scarborough dan Zimmerer (1993:5) mengemukakan definisi wirausaha sebagai seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mempertimbangkan resiko dan ketidak pastian untuk mencapai laba dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi kesempatan dan menggabungkan sumber daya yang dibutuhkan untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Kompetensi yang dibangun dari pemanfaatan aset internal organisasi melalui pembelajaran organisasi yang berkelanjutan akan menghasilkan kemampuan dan keunggulan yang berkelanjutan (*sustained competitive advantage*)

dan kinerja usaha yang unggul. Barney (1991) menyajikan struktur yang lebih konkret dan komprehensif untuk mengidentifikasi pentingnya kompetensi untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkesinambungan.

Barney (1991) mengutarakan empat indikator sehingga kompetensi yang dimiliki perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkesinambungan, yakni: bernilai (*valuable*), merupakan kompetensi langka diantara perusahaan-perusahaan yang ada dan pesaing potensial (*rare*), tidak mudah ditiru (*inimitability*), dan tidak mudah digantikan (*non-substitutability*). Kompetensi memiliki pengaruh yang kuat terhadap kinerja perusahaan (Absah, 2007). Perusahaan yang memiliki tim manajemen dengan keahlian optimal dan metode bersaing yang didasarkan pada kompetensi inti akan mampu mencapai kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain yang tidak dapat melakukannya.

Moehariono (2009:5) menyatakan 5 (lima) dimensi kompetensi yang harus dimiliki yaitu:

- a. *Task Skill*, yaitu keterampilan untuk melaksanakan tugas-tugas rutin sesuai dengan standar ditempat kerja.
- b. *Task management skill*, yaitu keterampilan untuk mengelola serangkaian tugas yang berbeda yang muncul dalam pekerjaan.
- c. *Contingency management skill*, yaitu keterampilan mengambil tindakan yang cepat dan tepat apabila timbul masalah dalam suatu pekerjaan.
- d. *Job role environment skill*, yaitu keterampilan untuk bekerja sama serta memelihara kenyamanan lingkungan kerja.
- e. *Transfer skill*, yaitu keterampilan untuk beradaptasi dengan lingkungan baru.

Berdasarkan uraian teoritis tersebut, maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

$H_2$  : *Kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM.*

### C. Daya Saing

Konsep fundamental dari keunggulan daya saing (*competitive advantage*) dapat ditelusuri kebelakang pada konsep-konsep yang pernah diungkapkan oleh Chamberlin (1939); Selznick (1957); Hofer and Schendel (1978) dalam Reswanda (2011) yang menggambarkan keunggulan daya saing sebagai posisi unik yang dikembangkan sebuah organisasi yang secara langsung dibandingkan dengan pesaingnya melalui pola penggunaan sumber dayanya.

Porter (1998) mengungkapkan konsep-tualisasi generasi berikutnya yang menyatakan bahwa keunggulan daya saing adalah sebagai tujuan dari strategi untuk mencapai *superior performance*. Keunggulan daya saing (*competitive advantage*) merupakan kemampuan sebuah bisnis untuk mencapai profit yang abnormal dalam persaingan industri melalui strategi penciptaan nilai. Keunggulan daya saing ini akan dapat berkelanjutan ketika keunggulan ini tahan terhadap kikisan dari pesaing yang dapat melakukan duplikasi manfaat dari strategi yang ada (Barney, 1991).

Barney (1991) menyatakan bahwa untuk meraih daya saing dan keuntungan yang berkelanjutan maka perusahaan harus berusaha mencari dan menumbuhkan kapabilitas khusus dari semua sumber daya yang dimiliki. Barney (1991) mengutarakan empat indikator sehingga kompetensi yang dimiliki perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkesinambungan, yakni: bernilai (*valuable*), merupakan kompetensi langka diantara perusahaan-perusahaan yang ada dan pesaing potensial (*rare*), tidak mudah ditiru (*inimitability*), dan tidak mudah digantikan (*non-substitutability*).

#### 1. Bernilai (*valuable*)

Kompetensi bernilai (*valuable competencies*) adalah kompetensi yang menciptakan nilai bagi suatu perusahaan dengan mengeksploitasi peluang-peluang atau menetralkan ancaman-ancaman dalam lingkungan eksternal perusahaan. Kompetensi dapat

menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkesinambungan hanya ketika kompetensi tersebut bernilai (*valuable*). Kompetensi dikatakan bernilai ketika kompetensi tersebut menyebabkan perusahaan mampu menyusun dan mengimplementasikan strategi-strategi yang dapat meningkatkan nilai bagi pelanggan khususnya.

#### 2. Langka (*rareness*)

Kompetensi langka adalah kompetensi yang dimiliki oleh sedikit, jika ada, pesaing saat ini atau potensial. Kompetensi perusahaan yang bernilai namun dimiliki oleh sebagian besar pesaing yang ada atau pesaing potensial tidak dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Sebuah perusahaan dikatakan menikmati keunggulan bersaing ketika perusahaan tersebut dapat mengimplementasikan strategi penciptaan nilai yang tidak dapat dilakukan oleh sebagian besar perusahaan lainnya. Dengan kata lain, keunggulan bersaing dihasilkan hanya ketika perusahaan mengembangkan dan mengeksploitasi kompetensi yang berbeda dari pesaingnya. Jika kompetensi yang bernilai tadi dimiliki oleh sebagian besar perusahaan, dan tiap-tiap perusahaan memiliki kemampuan untuk menggunakannya dengan cara dan teknik yang sama, dan selanjutnya mengimplementasikan strategi yang hampir sama maka dapat dikatakan tidak ada satupun perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing.

#### 3. Sulit ditiru (*Inimitability*)

Kompetensi yang bernilai dan langka tersebut hanya dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkesinambungan jika perusahaan lain yang tidak memilikinya, tidak dapat memperoleh kompetensi tersebut. Kompetensi dapat dikatakan sulit ditiru karena satu atau kombinasi dari tiga alasan berikut:

- a. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh kompetensi tergantung

pada kondisi historis yang unik. Ketika perusahaan berevolusi, mereka mengambil keahlian, kemampuan, dan sumber daya yang unik bagi mereka, mencerminkan jalan setapak yang dilalui dalam sejarah perusahaan tersebut (Barney, 1991). Cara lain untuk mengatakannya adalah, kadang-kadang perusahaan mampu mengembangkan kompetensi karena berada pada tempat yang tepat dan saat yang tepat (Barney, 1991).

- b. Hubungan antara kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan dengan keunggulan bersaing yang berkesinambungan bersifat ambigu (*causally ambiguous*). Para pesaing tidak mampu memahami dengan jelas bagaimana suatu perusahaan menggunakan kompetensi intinya sebagai dasar dari keunggulan bersaingnya. Akibatnya para pesaing tidak pasti tentang kompetensi-kompetensi yang harus mereka kembangkan untuk meniru manfaat dari strategi penciptaan nilai perusahaan yang disainginya itu.
  - c. Kompetensi yang menghasilkan keunggulan perusahaan tersebut bersifat kompleksitas sosial (*socially complex*). Kompleksitas sosial berarti bahwa setidaknya beberapa, dan sering kali banyak, kompetensi perusahaan adalah produk dari fenomena sosial yang kompleks. Contoh kompetensi yang kompleks secara sosial meliputi relasi antar pribadi, kepercayaan, dan persahabatan di antara manajer dan antar manajer dengan pegawai serta reputasi perusahaan dengan pemasok dan pelanggan.
4. Sulit digantikan (*Insubstitutability*)
- Kompetensi yang sulit digantikan adalah kompetensi yang tidak memiliki ekuivalen strategis. Dua sumberdaya perusahaan yang bernilai (atau dua kumpulan sumberdaya perusahaan) ekuivalen secara strategis ketika

tiap sumber daya itu dapat dieksploitasi secara terpisah untuk mengimplementasikan strategi-strategi yang sama. Secara umum, nilai strategis dari kompetensi meningkatkan kesulitan untuk menggantikannya. Semakin tidak terlihat suatu kompetensi, semakin sulit bagi perusahaan untuk mencari penggantinya dan semakin besar tantangan bagi para pesaing untuk meniru strategi penciptaan nilai perusahaan.

Lebih lanjut Porter (1990) menyatakan bahwa perusahaan dapat mencapai keberhasilan jika tiga kondisi dipenuhi yaitu : 1) tujuan perusahaan kuat dipasar; 2) memperhatikan kekuatan perusahaan secara dinamis dengan memperhatikan peluang dan ancaman lingkungan eksternal; 3) harus memiliki dan menggali kompetensi khusus (*distinctive competency*) sebagai pendorong, jika hal ini tidak dilakukan maka kinerja usaha dan keuntungan akan menurun. Sedangkan menurut Mahoney dan Pandian (1992) untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan terjadinya krisis internal, perusahaan kecil dapat menggunakan teori *resourced-based strategy*. Teori ini dinilai potensial untuk memelihara keberhasilan perusahaan dalam kondisi lingkungan eksternal bergejolak, teori ini mengutamakan pengembangan kapabilitas internal yang unggul (*superior*), tidak transparan, sukar ditiru atau dialihkan oleh pesaing dan memberikan daya saing yang panjang (futuristik) dan tahan terhadap resesi (*recession proof*).

Penelitian yang dilakukan Reswanda (2011) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan keunggulan daya saing berkelanjutan pada UMKM. Peningkatan cara berfikir dan bertindak secara pro-aktif dan memadukannya dengan keahlian dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki baik yang berwujud atau tidak berwujud, akan memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk yang unggul dibanding pesaingnya. Orientasi kewirausahaan memicu keinginan untuk terus meningkatkan keunggulan daya saing usaha, dengan terus mengembangkan

sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru dan sulit tergantikan dibandingkan dengan yang dimiliki pesaingnya untuk mendapatkan superioritas dalam hasil usaha. Orientasi kewirausahaan merupakan hal penting dalam meningkatkan posisi keunggulan daya saing berkelanjutan bagi UMKM. Koordinasi sumberdaya strategik yang merupakan hasil dari perpaduan orientasi kewirausahaan dan pembelajaran organisasi akan mendukung terciptanya sumberdaya yang *non-imitability*, *non-transferability* dan *non-substitutability* yang merupakan sumber dari daya saing berkelanjutan (*sustained competitive advantage*) seperti yang dinyatakan oleh Durand (1999).

Berdasarkan tinjauan teoritis diatas, maka hipotesis :

$H_3$  : *Orientasi kewirausahaan dan kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM.*

#### **D. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang banyak tumbuh di masyarakat di banyak negara berkembang dan menjadi kegiatan yang paling banyak menciptakan pendapatan bagi penduduknya. Telah terbukti pula bahwa banyak usaha kecil menengah yang tetap dapat bertahan ditengah keterpurukan akibat krisis moneter dan bahkan dapat menjadi pemulih perekonomian. Selain itu, usaha kecil merupakan wahana yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif karena pada umumnya produksi dalam industri dengan skala kecil dan menengah bersifat padat karya (Thee 2001; Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan, 2010).

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah adalah :

a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria untuk Usaha Mikro

adalah memiliki aset maksimal Rp. 50.000.000,- dan omset maksimal Rp. 300.000.000,-.

b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria untuk Usaha Kecil adalah memiliki aset Rp. 50.000.000,- sampai Rp.500.000.000 dan omset antara Rp.300.000.000,- sampai Rp.2.500.000.000,.

c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria untuk Usaha Menengah adalah memiliki aset Rp. 500.000.000,- sampai Rp. 10.000.000.000,- dan omset antara Rp.2.500.000.000,- sampai Rp. 50.000.000.000,.

#### **METODA PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, menurut Nasir (2003:63) tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta fenomena yang diteliti.

Tahapan metoda ini dilakukan dengan penyusunan data, analisa dan interpretasi tentang data yang dikumpulkan atau variabel yang diteliti. Jenis data dalam penelitian ini terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya (Santosa dan Tjiptono, 2001). Data

primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data yang berasal dari responden, yaitu UMKM di DIY. Data dapat diperoleh dengan menggunakan wawancara dan kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden. Adapun kuesioner terbagi atas 4 bagian: (a) Pertanyaan yang berhubungan dengan identitas responden (b) Pertanyaan yang terkait dengan variabel orientasi kewirausahaan (c) Pertanyaan tentang variabel kompetensi wirausaha dan (d) tentang variabel daya saing. Selain data primer digunakan data sekunder yaitu data yang berasal dari kajian pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di berbagai tempat di DIY. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dimana tiap responden yang memenuhi kriteria populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2009:81). Metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling* dimana pengambilan sampel dilakukan dari pengguna yang mudah diakses dan bersedia menjadi responden.

Sampel yang dipilih dalam penelitian ini sebanyak 100 UMKM di DIY. Alasan peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden adalah sesuai dengan pendapat Roscoe dalam Sugiono (2009:91) menyatakan bahwa : Ukuran sampel lebih dari 30-an kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian, dimana sampel dipecah ke dalam sub sampel, ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali) lebih besar dari variabel dalam studi.

Pengujian pertama dalam penelitian ini adalah dengan menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Uji validitas dimaksudkan untuk mendeteksi sejauh mana perbedaan yang didapat dari alat ukur mampu mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya diantara responden yang diteliti (Cooper dan Emory,

1996). Sedangkan uji reliabilitas ditujukan untuk menguji kestabilan dan konsistensi instrument yang digunakan dalam penelitian (Sekaran, 2000). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, dengan *rules of thumb* diatas 0,7, maka instrument dikatakan handal (Hair, *et.all*, 1998).

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis regresi berganda. Gujarati (2006) mendefinisikan analisis regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan (*the explained variabel*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Variabel pertama disebut juga sebagai variabel tergantung dan variabel kedua disebut juga sebagai variabel bebas. Jika variabel bebas lebih dari satu, maka analisis regresi disebut regresi linear berganda. Disebut berganda karena pengaruh beberapa variabel bebas akan dikenakan kepada variabel tergantung. Analisis dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

Keterangan:

- Y : Daya Saing
- X<sub>1</sub> : Orientasi Kewirausahaan
- X<sub>2</sub> : Kompetensi Wirausaha
- a : Parameter Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>: Parameter Penduga
- e<sub>i</sub> : Faktor *error/disturbanc*

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Responden**

Kuesioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 110 kuesioner dan berdasarkan hasil seleksi sampel menunjukkan bahwa data yang dapat diolah sebanyak 100 kuesioner disesuaikan dengan kriteria yang telah ditentukan dalam pengambilan sampel (*respon rate* 42%). Deskripsi responden yang dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, status pernikahan, usia, pendidikan, jenis usaha dan rata-rata omset per bulan yang dapat dilihat pada tabel 1.



**Tabel.1**  
**Profil Responden**

| Variabel          | Kategori          | Jumlah | Persen |
|-------------------|-------------------|--------|--------|
| Jenis kelamin     | Pria              | 59     | 59     |
|                   | Wanita            | 41     | 41     |
| Status Pernikahan | Menikah           | 72     | 72     |
|                   | Belum menikah     | 28     | 28     |
| Usia              | 20-30 Tahun       | 22     | 25     |
|                   | 31-40 Tahun       | 50     | 50     |
|                   | 41-50 Tahun       | 18     | 18     |
|                   | >50 Tahun         | 10     | 10     |
| Pendidikan        | SD                | 16     | 16     |
|                   | SMP               | 15     | 15     |
|                   | SMA               | 28     | 28     |
|                   | S1                | 35     | 35     |
|                   | Pasca Sarjana     | 6      | 6      |
| Jenis UMKM        | Makanan           | 30     | 30     |
|                   | Pakaian           | 18     | 18     |
|                   | Laundry           | 17     | 17     |
|                   | Kerajinan         | 8      | 8      |
|                   | Komunikasi        | 15     | 15     |
|                   | Persewaan         | 12     | 12     |
| Omset/bln         | < 50.000.000      | 70     | 70     |
|                   | 51 juta- 100 juta | 25     | 25     |
|                   | 101 juta-200 juta | 3      | 3      |
|                   | 200 juta-300 juta | 2      | 2      |
|                   | >300 juta         | 0      | 0      |

Sumber : data primer (2014)

### Uji Reabilitas dan Validitas

Penelitian ini hendak menguji apakah terdapat hubungan antara orientasi wirausaha ( $X_1$ ) dan kompetensi wirausaha dengan daya saing (Y). Hasil uji statistik untuk uji reabilitas dan validitas terlihat pada tabel berikut :

**Tabel.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Nama Variabel           | Koefisien Alpha | Kesimpulan |
|-------------------------|-----------------|------------|
| Orientasi kewirausahaan | 0,789           | Reliabel   |
| Kompetensi wirausaha    | 0,782           | Reliabel   |
| Daya saing              | 0,787           | Reliabel   |

Sumber : data primer (2014)

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa semua variabel mempunyai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,60, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam kuesioner ini adalah reliabel.

Uji validitas pada penelitian menggunakan sampel sebanyak 100 responden diluar sampel yang digunakan untuk penelitian. Uji validitas dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Hasil yang diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan tabel r, untuk sampel sebanyak 100, nilai r tabel yaitu sebesar 0,361. Butir pernyataan dikatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,361. Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Kewirausahaan disajikan pada tabel 3.

Hasil uji validitas untuk variabel orientasi kewirausahaan pada tabel 3 memiliki nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih dari r tabel untuk  $n = 30$  dan  $\alpha = 5\%$  yaitu 0,361 sehingga dikatakan semua variabel orientasi kewirausahaan tersebut valid. Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi Kewirausahaan disajikan pada tabel 4.

**Tabel.3**

**Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Kewirausahaan**

| Nama Item | r xy  | r table | Kesimpulan |
|-----------|-------|---------|------------|
| A1        | 0,580 | 0,361   | Valid      |
| A2        | 0,579 | 0,361   | Valid      |
| A3        | 0,479 | 0,361   | Valid      |
| A4        | 0,575 | 0,361   | Valid      |
| A5        | 0,602 | 0,361   | Valid      |

Sumber : data primer diolah (2014)

**Tabel.4**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi Wirausaha**

| Nama Item | r xy  | r table | Kesimpulan |
|-----------|-------|---------|------------|
| B1        | 0,603 | 0,361   | Valid      |
| B2        | 0,550 | 0,361   | Valid      |
| B3        | 0,662 | 0,361   | Valid      |
| B4        | 0,523 | 0,361   | Valid      |
| B5        | 0,494 | 0,361   | Valid      |
| B6        | 0,521 | 0,361   | Valid      |
| B7        | 0,475 | 0,361   | Valid      |

Sumber : data primer diolah (2014)

Hasil uji validitas untuk variabel kompetensi wirausaha pada tabel 4 memiliki nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih dari r tabel untuk  $n = 30$  dan  $\alpha = 5\%$  yaitu 0,361 sehingga dikatakan semua variabel kompetensi wirausaha tersebut valid. Hasil uji validitas kompetensi wirausaha disajikan pada tabel 5.

**Tabel.5**

**Hasil Uji Validitas Variabel Daya Saing**

| Nama Item | r xy  | r table | Kesimpulan |
|-----------|-------|---------|------------|
| C1        | 0,429 | 0,361   | Valid      |
| C2        | 0,525 | 0,361   | Valid      |
| C3        | 0,517 | 0,361   | Valid      |
| C4        | 0,534 | 0,361   | Valid      |
| C5        | 0,455 | 0,361   | Valid      |

Sumber : data primer diolah (2014)

Hasil uji validitas untuk variabel daya saing pada tabel 5 memiliki nilai r hitung (*Corrected*

*Item-Total Correlation*) lebih dari r tabel untuk  $n = 30$  dan  $\alpha = 5\%$  yaitu 0,361 sehingga dikatakan semua variabel keputusan pembelian tersebut valid.

**Hasil Uji Regresi**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linier berganda dengan uji t. Uji regresi untuk menguji orientasi kewirausahaan dan kompetensi wirausaha secara signifikan terhadap daya saing. Hasil analisis regresi berganda dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

**Tabel.6**  
**Hasil Uji Regresi**

| Variabel                           | Koefisien | t     | Sig  |
|------------------------------------|-----------|-------|------|
| (Constant)                         | 8,144     | 4,365 | ,068 |
| Orientasi Kewirausahaan            | ,295      | 2,855 | ,005 |
| Kompetensi Wirausaha               | ,512      | 3,720 | ,000 |
| F                                  | 29,553    |       |      |
| Sig                                | ,000      |       |      |
| Adjusted R Square                  | ,365      |       |      |
| a. Dependent variabel : daya saing |           |       |      |

Sumber : data primer diolah (2014)

Model Persamaan :

$$Y = 24,785 + (0,295)X_1 + (0,512)X_2$$

Persamaan yang didapatkan menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan orientasi kewirausahaan dan kompetensi wirausaha maka akan menaikkan 0,295 dan 0,512 variabel daya saing.

**Pembahasan**

Berdasarkan tabel 6 di atas, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap daya saing yang ditunjukkan dengan nilai signifikansinya di bawah 0,05. Dengan tanda positif menunjukkan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka akan semakin tinggi daya saing.

Sejalan dengan beberapa penelitian tentang orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa

*entrepreneurship* adalah atribut utama untuk mencapai kinerja perusahaan yang tinggi. Penelitian yang dilakukan Reswanda (2011) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan keunggulan daya saing berkelanjutan pada UMKM.

Peningkatan cara berfikir dan bertindak secara proaktif dipadukan dengan keahlian dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki baik yang berwujud atau tidak berwujud, akan memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk yang unggul dibanding pesaingnya. Orientasi kewirausahaan memicu keinginan untuk terus meningkatkan keunggulan daya saing usaha, dengan terus mengembangkan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru dan sulit tergantikan dibandingkan dengan yang dimiliki pesaingnya untuk mendapatkan superioritas dalam hasil usaha. Orientasi kewirausahaan merupakan hal penting dalam meningkatkan posisi keunggulan daya saing berkelanjutan bagi UMKM.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa terjadi kecenderungan tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi terjadi pada responden laki-laki, dengan level usia produktif yaitu 31–40 tahun, latar belakang berpendidikan S1 dan memiliki omset kurang dari Rp 50.000.000 per bulan pada jenis usaha makanan.

Tabel 6 diatas, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kompetensi wirausaha terhadap daya saing yang ditunjukkan dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Dengan tanda positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kompetensi wirausaha maka akan semakin daya saing.

Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suryana (2010) yang menyatakan bahwa upaya untuk mendongkrak keunggulan perusahaan kecil diperlukan kompetensi inti (*distinctive competency*) yaitu suatu perpaduan antara kemampuan sumber daya perusahaan dan kapabilitas pengusaha.

Penelitian yang lain yang dilakukan oleh Absah (2008) menyatakan bahwa perusahaan

dengan kompetensi yang bernilai dan langka akan menghasilkan keunggulan bersaing yang lebih besar dibandingkan pesaingnya, yang selanjutnya menghasilkan kinerja keuangan superior. Keunggulan bersaing dan kinerja yang dihasilkan perusahaan merupakan konsekuensi dari sumberdaya khusus dan kompetensi yang dimiliki. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengkordinasikan sumberdaya strategis dengan baik, sebab merupakan kunci dalam membangun kompetensi dan pada akhirnya pencapaian kinerja yang tinggi.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa terjadi kecenderungan tingkat kompetensi wirausaha yang tinggi terjadi pada responden laki-laki, dengan level usia produktif yaitu 31–40 tahun, latar belakang berpendidikan S1 dan memiliki omset kurang dari Rp 50.000.000 per bulan dan memiliki jenis usaha makanan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan sebelumnya dapat ditarik simpulan yaitu:

- Variabel orientasi kewirausahaan dan kompetensi wirausaha cenderung dimiliki oleh kelompok responden laki-laki, dengan level usia produktif yaitu 31–40 tahun, latar belakang berpendidikan S1 dan memiliki omset kurang dari Rp 50.000.000 per bulan dan memiliki jenis usaha makanan.
- Variabel orientasi kewirausahaan mempunyai hubungan signifikan dan positif terhadap daya saing. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi daya saing.
- Variabel kompetensi wirausaha mempunyai hubungan signifikan dan positif terhadap daya saing. Semakin tinggi kompetensi wirausaha maka akan semakin tinggi daya saing.
- Variabel orientasi kewirausahaan dan kompetensi wirausaha jika diuji secara serempak memiliki pengaruh yang sama-sama kuat terhadap daya saing.

Berdasarkan hasil simpulan, maka dapat dirumuskan saran-saran sebagai berikut:

- a. UMKM hendaknya terus memperkuat orientasi usahanya dengan membuat visi dan tujuan usaha yang lebih jelas dengan cara membuat perencanaan bisnis dengan jangka panjang.
- b. Para pelaku UMKM hendaknya lebih mengkaji keunggulan-keunggulan yang dimiliki dari sisi internal dan terus berupaya meningkatkan kompetensi yang dimiliki sehingga mampu menemukan celah baru dalam usaha.
- c. Perlunya dukungan dari pemerintah daerah setempat memfasilitasi dan mendampingi perkembangan usaha skala UMKM, seperti mengadakan pelatihan-pelatihan yang terkait dengan usaha dan pengembangan kompetensi wirausaha seperti pelatihan tentang perencanaan bisnis dan pelatihan aspek fungsional manajemen lainnya seperti administrasi dan perencanaan keuangan bagi usaha kecil.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, studi ini dapat dijadikan acuan teori dan kajian empiris berikutnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM serta menambah variabel lainnya selain yang ada dalam penelitian ini.

---

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Absah, Yeni (2008). Kompetensi : Sumberdaya Pendorong Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*. (1):3 h: 109 – 116.
- Arthur, J.B. (1994). Effect of Human Resource Systems on Manufacturing Performance and Turnover. *Academy of Management Journal*, Vol.37, No.3, pp.670-687.
- Azwar, S (2004). *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bappeda DIY (2013), *Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta No 26 Tahun 2012 tentang Rencana Kerja Pembangunan Daerah 2013*, dilihat 28 Mei 2014 <http://bappeda.jogjapro.go.id/data/dokumen/RKPD2013Full.pdf>
- Barney, J.B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, Vol.17, No.1, pp. 99-120.
- Becherer, Richard C. dan John G. Maurer (1997). "The Moderating Effect of Environmental Variables on the Entrepreneurial and Marketing Orientation of Entrepreneur-led Firms". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall.
- BPS (2012). Data Strategis BPS Katalog BPS : 1103003, CV. Nasional Indah.
- Collis D.J. (1994). How Valuable are Organizational Capabilities? *Strategic Management Journal*, Vol.15, pp.143-152.
- Cooper, D.R. dan C.W. Emory (1996). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kelima, alihbahasa Widyono Soetjipto, Jakarta: Erlangga.
- Covin J G and Slevin D.P. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environment, *Strategic Management Journal*, Jan/Feb, 10,1.
- Drucker, Peter F. (1994). *Innovation and Entrepreneurship, Practice and Principles*. Jakarta Gelora Aksara. Erlangga.
- Durand, R. (1999). *The Relative Contributions of Imitable, Non-Transferable and Non-Substitutable Resources to Profitability and Market Performance*. Goizueta Business School, Atlanta: Emory University.
- Fredrickson, J. (1986). The Strategic Decision Making Process and Organizational Structure. *Academy of Management Review*, 10: 696-706.
- Gujarati, Damodar N (2006). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Hair J.F., A. Rolp., Tatham E., Ronald L., and Black William C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New York: Prentice-Hall International Inc.

- Hatch, N.W. and J.H. Dyer (2004). Human Capital and Learning as a Source of Sustainable Competitive Advantage, *Strategic Management Journal*, Vol.25, pp.1155-1178.
- Hisrich, Robert D., Michael P.Peters dan Dean A. Shepherd (2008). *Kewirausahaan, Edisi 7*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Huselid, M.A. (1995). The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Productivity, and Corporate Financial Performance. *Academy of Management Journal*, Vol.38, No.3, pp.635-672.
- Keh, A.T., Nguyen, T.T.M., dan Ng,H.P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs, *Journal of Business Venturing* 22. pp. 592-611.
- Koch, M.J. and R.G. McGrath (1996). Improving Labor Productivity: Human Resource Management Policies do Matter, *Strategic Management Journal*, Vol.17, No.5, pp.335-354.
- Lee D.Y and Tsang E.W.K. (2001). The Effect of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth, *Journal of Management Studies*, 38-4 pp 583 – 602.
- Looy, Van Bart, Gemmel Paul and Dierdonck Van R. (2003). *Service Management An Integrated Approach, Second Edition*, Pearson Education-Prantice Hall.Inc. Harlow England.
- Lumpkin G.T and Gregory G. Dess (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and *Linking It to Performance*. *Academy of Management Review*, Vol. 21(1), pp. 135-172.
- Mahoney, J.T. and J.R. Pandian (1992). The Resource-based View within the Conversation of Strategic Management, *Strategic Management Journal*, Vol.13, No.5 (June), pp. 363-380.
- Miller, Danny and Peter H.Friesen (1982). Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. *Public Administration Review*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-25.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1978). *Organizational strategy, structure, and process*. New York: McGraw-Hill.
- Moeheriono (2009). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Narver, J.C., & Slater, S.F (1990). "The Effect of Market Orientation on Product Innovation". *Journal of Marketing*. p.20-35.
- Nazir, Moh. (2003). *Metode Penelitian*, Cetakan Kelima, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Porter, Michael, E. (1990). "*Competitive Strategy*". The Free Press . New York,p.20.
- Porter, M.E., 1998. *Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance, With a New Introduction*. New York: The Free Press.
- Rafinaldy, N. (2004). "Prospek Pengembangan Ekspor UKM", *Infokop*, Nomor 25 Tahun XX, [http://www.smeccda.com/deputi7/file\\_Infokop/EDISI%2025/ekspor\\_Ukm.pdf](http://www.smeccda.com/deputi7/file_Infokop/EDISI%2025/ekspor_Ukm.pdf)
- Reswanda (2011). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo. *Journal of Small Business Management*, Universitas Airlangga.
- Scarborough, N.M. and Zimmerer, T.W. (1993). *Effective Small Business Management*, New York:Mc Millan.
- Siregar, AR. (2008). "Penggunaan Sistem dan Teknologi Informasi untuk Usaha Kecil dan Menengah", *USU e-repository*.
- Santoso. Singgih dan Tjiptono. Fandy (2001). *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Singarimbun, M & Effendi, S (1989). *Metode Penelitian Survei*, Jakarta : LP3ES.
- Sekaran, U. (1999). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, Edisi Ketiga, John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Sugiyono (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana (2006). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat.
- Slater, S.F. and Jhon C. Narver (1994). Does Competitive Environment Moderate the Market Orientation Performance Relationship?. *Journal of Marketing*, Vol.60, pp. 15-32.
- Thee, K, dkk. (2001), *Dinamika Usaha Kecil dan Menengah*. Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Jakarta.
- Tunggal, Amin Wijaya (2008). *Pengantar Kewirausahaan*, Edisi Revisi, Penerbit Harvarindo, Jakarta.
- Weerawardena, Jay (2003). "Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy". *European Journal of Marketing*. Vol.37, p.407-429.
- Wibowo (2007). *Manajemen Kinerja Edisi Ketiga*. Jakarta; Rajawali Pers.