



**Menguji Peran Kapabilitas Dalam Meningkatkan Kinerja
Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)**

Oleh:

I Made Gede Ariestova Kurniawan

Universitas Panji Sakti Singaraja, Bali, Indonesia

kurniawanariestova@gmail.com

Keywords:

*Entrepreneurial
Orientation;
Competence;
Marketing
Knowledge;
Capabilities And
Performance Of
MSMEs*

Abstract

This research was conducted based on the different focus on the role of capability in improving the performance of MSMEs. In addition, there is also a research problem regarding the decline in the development of wet snack MSMEs in Denpasar City in 2019. This research was conducted on wet snack MSME entrepreneurs in Denpasar City with a total population and sample of 52 MSMEs. All data obtained from the questionnaire distribution is suitable for use, then analyzed using PLS 3.0. The results of the study suggest that entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on capabilities, competence has a positive and significant effect on capabilities, marketing knowledge has a positive and significant effect on capabilities, entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on the performance of MSMEs, competence has a positive and significant effect on the performance of MSMEs. Marketing knowledge has a positive and significant effect on MSME performance, capability has a positive and significant effect on MSME performance, entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on MSME performance with capability as a mediating variable, competence has a positive and significant effect on MSME performance with capability as a mediating variable, marketing knowledge has a positive and significant effect on the performance of MSMEs with capability as a mediating variable. The implication of this research is that capability is able to mediate variables of entrepreneurial orientation, competence, marketing knowledge on the performance of MSMEs.

Kata Kunci:

*Orientasi
Kewirausahaan;
Kompetensi;
Pengetahuan
Pemasaran;*

Abstrak

*Penelitian ini dilakukan berdasarkan perbedaan fokus bahasan tentang peran kapabilitas dalam meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, terdapat pula permasalahan penelitian (*research problem*) tentang menurunnya perkembangan UMKM jajanan basah di Kota Denpasar pada Tahun 2019. Penelitian ini*

dilakukan pada pelaku usaha UMKM jajan basah di Kota Denpasar dengan jumlah populasi dan sampel 52 UMKM. Seluruh data yang diperoleh dari distribusi kuesioner layak digunakan, selanjutnya dianalisis menggunakan PLS 3.0. Hasil penelitian memberikan makna bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas, kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas, pengetahuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, pengetahuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, kapabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan kapabilitas sebagai variabel mediasi, kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan kapabilitas sebagai variabel mediasi, pengetahuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan kapabilitas sebagai variabel mediasi. Implikasi dari penelitian ini bahwa kapabilitas mampu memediasi variabel orientasi kewirausahaan, kompetensi, pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM.

Pendahuluan

Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki sektor industri yang berkembang pesat. Dari Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Denpasar jumlah industri di Kota Denpasar tahun 2019 secara keseluruhan sebanyak 4.053 jumlah ini mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2017 sebanyak 3.877 industri. Secara umum perkembangan industri di Bali mengalami peningkatan namun jumlah industri perdagangan jajan basah di Kota Denpasar mengalami penurunan. Pembangunan sektor industri di Bali diarahkan pada pembangunan-pembangunan industri kecil dan menengah, dimana salah satunya adalah UMKM jajan basah.

Adapun kriteria UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) perdagangan jajan basah dimana barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu, tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu, usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan, sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni, biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah dan pelaku UMKM

perdagangan jajan basah belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank.

Adapun penelitian menurut (Lukiastuti, 2012) mengatakan secara tidak langsung orientasi wirausaha mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja usaha UKM dan kapabilitas jejaring usaha mempunyai pengaruh terhadap kinerja internasionalnya dan memberikan bukti dukungan empiris terhadap pandangan kapabilitas dinamis perusahaan. Proses orientasi wirausaha dikombinasikan dengan mekonfigurasi kapabilitas yang menjadi sumber potensial keunggulan daya saing. Hajar Siti dan Sukaatmadja (2016) menemukan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran toko ritel pakaian di Kota Denpasar. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa toko ritel pakaian di Kota Denpasar yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi akan dapat meningkatkan kegiatan kinerja umkm dan begitu pula sebaliknya jika toko ritel pakaian memiliki orientasi kewirausahaan yang rendah tentu tidak mampu meningkatkan kegiatan kinerja UMKM, karena dengan memiliki orientasi kewirausahaan yang baik maka toko ritel pakaian dapat menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan target pasar toko ritel pakaian. Apriliani, dkk (2016) mengatakan kompetensi dan orientasi kewirausahaan berperan penting didalam meningkatkan kinerja UMKM. Dimana semakin baik kemampuan dan orientasi pemasaran maka akan meningkatkan kinerja UMKM.

Namun adapun hasil yang berbeda menurut penelitian yang dilakukan Mawu, dkk (2016) menemukan perbedaan hasil dalam pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas, bahwa besar kecilnya kapabilitas pemasaran pada industri rumah kayu di Kota Tomohon tidak dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, namun orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Selain itu Suardhika (2012) juga menemukan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha pada usaha kecil dan menengah di Bali. Demikian juga halnya Setyawati (2013) pada UMKM di kabupaten Kebumen menerangkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Trihudyatmanto dan purwanto (2018) mengatakan pengetahuan pemasaran tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kapabilitas dan kinerja UMKM. Hal ini disebabkan bahwa pengetahuan pemasaran yang baik belum dapat meningkatkan kapabilitas dan kinerja UMKM.

Adapun telaah pustaka dan kerangka teoritis sebagai berikut :

1. Orientasi kewirausahaan

Lestari (2014) Orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) adalah orientasi perusahaan yang memiliki prinsip pada upaya untuk mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan.

2. Kompetensi

Kompetensi merujuk kepada karakteristik yang mendasari perilaku yang menggambarkan motif, karakteristik pribadi (ciri khas), konsep diri, nilai-nilai, pengetahuan atau keahlian yang dibawa seseorang yang berkinerja unggul di tempat kerja Yudistira dan Siwantara (2014).

3. Pengetahuan pemasaran

Glazer (2013) menganggap pengetahuan pemasaran sebagai aset strategis perusahaan. Artinya pengetahuan pemasaran menjadi salah satu aset berharga bagi bisnis dan menyediakan keunggulan kompetitif bagi bisnis, hasilnya memberikan kinerja bisnis yang unggul.

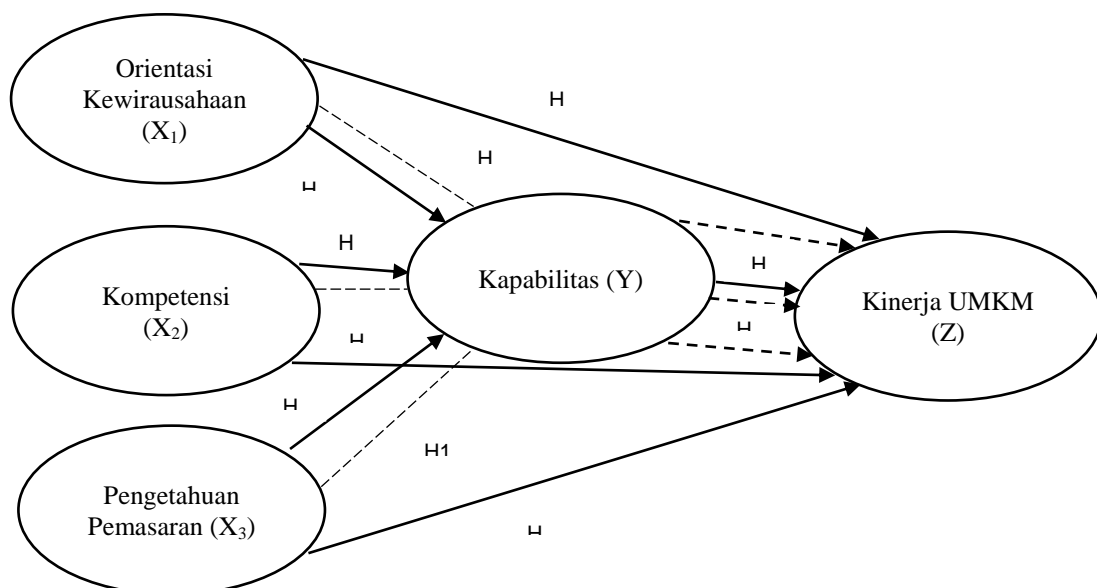
4. Kapabilitas

Lee & Hsieh (2013) menyatakan bahwa dalam periode dengan tingkat persaingan yang sangat tinggi maka perusahaan perlu memiliki keunggulan bersaing dalam pasar global.

5. Kinerja UMKM

Menon et al (2013) penelitian baru-baru ini manggarisbawahi bahwa penilaian keuangan manajerial dan kinerja pemasaran adalah konsisten dengan pengukuran-pengukuran kinerja atau pencapaian yang obyektif.

6. Kerangka konseptual



Metode

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di seluruh UMKM jajan basah di Kota Denpasar.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha UMKM jajan basah di Kota Denpasar dan melakukan usaha minimal diatas 2 tahun sebanyak 52 unit usaha, yang tersebar di Kota Denpasar. Metode pemilihan sampel yang di gnakan penelitian ini adalah metode *probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel secara sampling jenuh (*sensus*), dimana semua anggota populasi dijadikan sampel berjumlah 52 UMKM jajan basah di Kota Denpasar.

3. Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah kuantitatif dengan sumber data sekunder dan teknik pengumpulan data dengan wawancara, dan dengan menggunakan instrument berupa kuisioner.

4. Instrumen Penelitian dan Pengujiannya

Uji instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan peneliti dalam bidang sosial instrumen penelitian yang sering disusun sendiri termasuk menguji validitas dan reliabilitasnya.

5. Teknik Analisis Data

Uji analisis deskriptif dan uji analisis inferensial

Hasil Dan Pembahasan

1. Pengujian Path Analisis

Hasil uji validasi koefisien path pada setiap jalur untuk pengaruh langsung dan efek dapat disajikan pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1
Hasil Pengujian Path Analisis

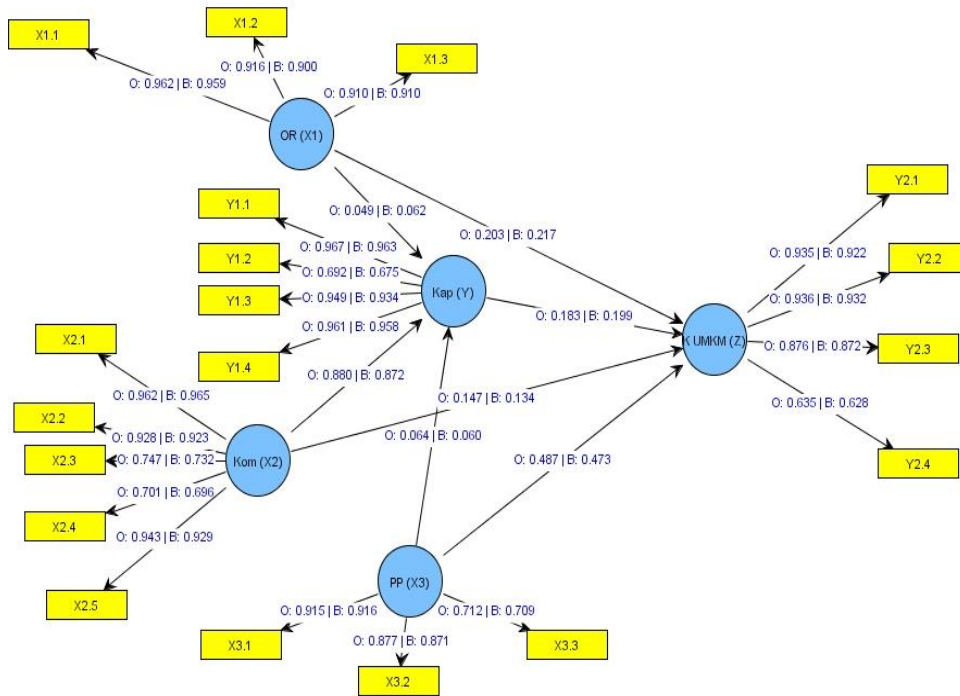
No	Hubungan antar Variabel	Koefisien Jalur (<i>Bootstrapping</i>)	<i>T-Statistic</i>
1	Orientasi Kewirausahaan (X_1) \rightarrow Kapabilitas (Y)	0,049	1,986
2	Kompetensi (X_2) \rightarrow Kapabilitas (Y)	0,880	7,264

3	Pengetahuan Pemasaran (X_3) → Kapabilitas (Y)	0,064	1,985
4	Orientasi Kewirausahaan (X_1) → Kinerja UMKM (Z)	0,203	4,298
5	Kompetensi (X_2) → Kinerja UMKM (Z)	0,147	1,989
6	Pengetahuan Pemasaran (X_3) → Kinerja UMKM (Z)	0,487	8,489
7	Kapabilitas (Y) → Kinerja UMKM (Z)	0,183	2,337

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil dari *t-statistic* semua variabel >1,96 yang berarti bahwa hipotesis diterima secara empiris, maka dapat ditunjukkan hasil pengujian hipotesis yang dipaparkan pada uraian berikut ini:

- a. Orientasi kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,049 dengan *t-statistic* 1,986 (*t-statistic* > 1,96).
- b. Kompetensi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,880 dengan *t-statistic* 7,264 (*t-statistic* > 1,96).
- c. Pengetahuan pemasaran (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,064 dengan *t-statistic* 1,985 (*t-statistic* > 1,96).
- d. Orientasi kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,203 dengan *t-statistic* 4,298 (*t-statistic* > 1,96).
- e. Kompetensi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,147 dengan *t-statistic* 1,989 (*t-statistic* > 1,96).
- f. Pengetahuan pemasaran (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,487 dengan *t-statistic* 8,489 (*t-statistic* > 1,96).
- g. Kapabilitas (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,183 dengan *t-statistic* 2,337 (*t-statistic* > 1,96).

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disajikan gambar model penelitian sesuai dengan analisis PLS sebagai berikut :



Gambar 1

Full Model (PLS Bootstrapping)

2. Pengujian Pengaruh Variabel Mediasi

Dalam pengujian hipotesis berikut ini akan dikaji peran mediasi variabel kapabilitas (Y). Adapun pengujian hipotesis pengaruh tak langsung dalam penelitian ini dapat dipaparkan hasil analisisnya dalam Tabel 2

Tabel 2

Rekapitulasi Hasil Pengujian Variabel Mediasi

No	Mediasi Variabel Kapabilitas (Y)	Efek				Keterangan
		(a)	(b)	(c)	(d)	
1	Orientasi Kewirausahaan (X ₁) → Kinerja UMKM (Z)	0.049 (Sig.)	0.213 (Sig.)	0.203 (Sig.)	0.183 (Sig.)	<i>Partial Mediation</i>
2	Kompetensi (X ₂) → Kinerja UMKM (Z)	0.880 (Sig.)	0.313 (Sig.)	0.147 (Sig.)	0.183 (Sig.)	<i>Partial Mediation</i>
3	Pengetahuan Pemasaran	0.064	0.494	0.487	0.183	<i>Partial</i>

(X ₃) → Kinerja UMKM (Z)	(Sig.)	(Sig.)	(Sig.)	(Sig.)	<i>Mediation</i>
---	--------	--------	--------	--------	------------------

Keterangan: Signifikan (Sig.) = *T-statistic* > 1.96 pada α : 5%

Pada Tabel 2 di tunjukan bahwa jika pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi dan pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen adalah signifikan, pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen pada model dengan melibatkan variabel mediasi adalah signifikan, dan pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediasi adalah signifikan, maka dikatakan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*).

- a. Hasil pengujian ini menentukan bahwa orientasi kewirausahaan (X₁) dapat mempengaruhi kinerja UMKM (Z) melalui variabel mediasi kapabilitas (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,213 dengan *t-statistic* 4,129 (*t-statistic* > 1,96).
- b. Hasil pengujian ini menentukan bahwa kompetensi (X₂) dapat mempengaruhi kinerja UMKM (Z) melalui variabel mediasi kapabilitas (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,313 dengan *t-statistic* 6,917 (*t-statistic* > 1,96).
- c. Hasil pengujian ini menentukan bahwa pengetahuan pemasaran (X₃) dapat mempengaruhi kinerja UMKM (Z) melalui variabel mediasi kapabilitas (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,494 dengan *t-statistic* 9,436 (*t-statistic* > 1,96).

Menurut Sudiarta, Kirya, & Cipta (2014), keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. UMKM selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah. Peran dan fungsi strategis ini sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UMKM sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional, dan bukan subordinari dari pelaku usaha lainnya.

Sedangkan menurut Bismala (2016) UMKM seringkali dimasuki oleh pelakunya karena faktor ketidaksengajaan sehingga pelaku UMKM seringkali tidak memiliki pengetahuan yang memahami tentang bagaimana menjalankan usahanya. Pelaku UMKM perlu untuk memiliki *knowledge management* sehingga memiliki ke-

luasan wawasan dalam manajemen usahanya. Setiarso (2006) mengemukakan bahwa terdapat sejumlah faktor yang diperlukan untuk kesuksesan penerapan strategi knowledge management di perusahaan sebagai berikut.

- a. Scanning mengenai lingkungan perusahaan.
- b. Kondisi dan praktik bisnis, apakah perusahaan melakukan pengumpulan informasi dan pengetahuan mengenai kondisi dan praktik bisnis di luar perusahaan.
- c. Operasional pesaingnya, apakah perusahaan memahami cara kerja atau operasional internal perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.
- d. Memasukkan knowledge sebagai aset.
- e. Budaya perusahaan yang berdasarkan knowledge, seperti corporate culture perlu diciptakan agar inovasi menjadi membudaya di perusahaan.
- f. Perusahaan menghadapi kenyataan bahwa mereka membutuhkan pengelolaan dari aset knowledge untuk investasi yang penting berupa: tenaga kerja, jaringan dan sistem informasi, serta pengetahuan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat dipaparkan sebagai berikut :

- a. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,049 dengan *t-statistic* 1,986 (*t-statistic* > 1,96).
- b. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,880 dengan *t-statistic* 7,264 (*t-statistic* > 1,96).
- c. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengetahuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,064 dengan *t-statistic* 1,985 (*t-statistic* > 1,96).
- d. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,203 dengan *t-statistic* 4,298 (*t-statistic* > 1,96).
- e. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,147 dengan *t-statistic* 1,989 (*t-statistic* > 1,96).

- f. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengetahuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,487 dengan *t-statistic* 8,489 (*t-statistic* > 1,96).
- g. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kapabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,183 dengan *t-statistic* 2,337 (*t-statistic* > 1,96).
- h. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan kapabilitas sebagai variabel mediasi dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,213 dengan *t-statistic* 4,129 (*t-statistic* > 1,96).
- i. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan kapabilitas sebagai variabel mediasi dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,313 dengan *t-statistic* 6,917 (*t-statistic* > 1,96).
- j. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengetahuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan kapabilitas sebagai variabel mediasi dengan hasil koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,494 dengan *t-statistic* 9,436 (*t-statistic* > 1,96).

Kesimpulan

1. Orientasi kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y). Hal ini berarti bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan maka mampu meningkatkan kapabilitas pelaku usaha UMKM.
2. Kompetensi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y). Hal ini berarti bahwa semakin baik kompetensi maka mampu meningkatkan kapabilitas pelaku usaha UMKM.
3. Pengetahuan pemasaran (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y). Hal ini berarti bahwa semakin baik pengetahuan pemasaran maka mampu meningkatkan kapabilitas pelaku usaha UMKM.
4. Orientasi kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z). Hal ini berarti bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan maka mampu meningkatkan kinerja UMKM.

5. Kompetensi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z). Hal ini berarti bahwa semakin baik kompetensi maka mampu meningkatkan kinerja UMKM.
6. Pengetahuan pemasaran (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z). Hal ini berarti bahwa semakin baik pengetahuan pemasaran maka mampu meningkatkan kinerja UMKM.
7. Kapabilitas (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z). Hal ini berarti bahwa semakin baik kapabilitas maka mampu meningkatkan kinerja UMKM.
8. Orientasi kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z) dengan kapabilitas (Y) sebagai variabel mediasi. Hal ini berarti bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan maka mampu meningkatkan kapabilitas serta kinerja UMKM.
9. Kompetensi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z) dengan kapabilitas (Y) sebagai variabel mediasi. Hal ini berarti bahwa semakin baik kompetensi maka mampu meningkatkan kapabilitas serta kinerja UMKM.
10. Pengetahuan pemasaran (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z) dengan kapabilitas (Y) sebagai variabel mediasi. Hal ini berarti bahwa semakin baik pengetahuan pemasaran maka mampu meningkatkan kapabilitas serta kinerja UMKM.

Daftar Pustaka

- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19-26.
- Ferdinand, Augusty., 20016. “Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategy”. Research Paper Series. No. 01 Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro (Maret).
- Glazer. Evan. 2013. *Problem Based Instruction*. In M. Orey (Ed), *Emerging perspectives on learning, teahing, and technology*. *Jurnal bisnis manajemen*.
- Kaplan HI, Sadock BJ, Grebb JA. 2017. Sinopsis Psikiatri Ilmu Pengetahuan Perilaku Psikiatri Klinis. Tangerang (Indonesia) : BINARUPA AKSARA.

- Lee, & Hsieh. 2013. *A Research in Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability and Sustained Competitive Advantage*” *Journal of Business & Ekonomi research*.
- Lestari. 2014. Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Eksportir Kerajinan Keramik di Plered Kabupaten Purwakarta Jawa Barat. *Jurnal Manajemen*.Vol. 2.
- Lukiastuti, F., (2012). Pengaruh Orientasi Wirausaha Dan Kapanilitas Jejaring Usaha Terhadap Peningkatan Kinerja UKM Dengan Komitmen Perilaku Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Sentra UKM Batik di Sragen, Jawa Tengah), *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Vol. 8, No. 2.
- Mawu, I.P.D., Mandey, S.L dan Tawas, H.N. 2016. Analisis Pengaruh Kompetensi Pengetahuan Pemasaran dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Wirausaha Industri Rumah Kayu Kota Tomohon). *Jurnal EMBA Vol.4 No.3 September 2016*, Hal. 173-183.
- Menon, Anil; Bharadwaj, G. Sundar; Howell, Roy (2013). “The Quality and Effectiveness of Marketing Strategy: Effects of Functional and Disfunctional Conflict in Intraorganizational Relationship”. *Journal of The Academy of Marketing Science*. Vol. 24, No. 4, p. 299 -313.
- Setiarso, B. (2006). Pengelolaan pengetahuan (knowledge management) dan modal intelektual (intellectual capital) untuk pemberdayaan UKM. *PDII: LIPI*.
- Setyawati, A. 2013. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidapatuhan Lingkungan Sebagai Predikasi Variabel Moderating (Survey pada UMKM di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Fokus Bisnis*. Vol 12, No 2 , Hal 20–31.
- Siti., H dan Sukaatmadja., I.P.G 2016. Peran Keunggulan Bersaing memediasi pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 10, 2016: 6580-6609.
- Suardhika, I Nengah. 2012. Integrasi Sumber Daya Strategis, Orientasi Kewirausahaan dan Dinamika Lingkungan Sebagai Basis Strategi Bersaing Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah di Bali). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol 10. 2012.

- Sudiarta, I. P. L. E., Kirya, I. K., & Cipta, W. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bangli. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(1).
- Trihudyatmanto dan Purwanto heri. 2019. Pengaruh motivasi, kompetensi dan orientasi berwirausaha terhadap kinerja usaha pada sentra UMKM Pande Besi di Wonosobo. *Journal Research Gate* Vol. 4. No 6.
- Tsai Chin-Hung Liu And Shih Wei. 2014. The Effects Of Service Quality And Lifestyle On Consumer Choice Of Channel Types: The Health Food Industry As An Example. *African Journal Of Business Management* Vol. 4(6), pp. 1023-1039.
- Weerawardena, J. 2013. Exploring the role of market learning capability in competitive strategy. *European journal of marketing*, 37(3/4), 407–429.
- Yudistira., N, dan Siwantara. 2014. Sintesis Nanomaterial. *Jurnal Nanosains dan Nanoteknologi*. 1, 33–36.