

## PERAN ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI BERSAING TERHADAP PENINGKATAN KINERJA UKM PADA (CITRA SARI SNACK & CATERING TANJUNGPINANG)

**M. Syuzairi, Karin Callistania Sani**

Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia

Email: mszairi1960@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Peningkatan Kinerja UKM. Populasi didalam penelitian adalah 15 orang karyawan Citra Sari Snack dan Catering Tanjungpinang. Pengambilan sampel dengan teknik jenuh, maka jumlah sampel sebanyak 15 karyawan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pada kuesioner dilakukan test validitas dan realibilitas. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, termasuk uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Peran Orientasi Pasar (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2), dan Strategi Bersaing (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UKM (Y). Hasil uji F diperoleh nilai F hitung 38,783 dengan nilai F tabel 3,89 mengidentifikasi bahwa variabel Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing secara silmutan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kinerja UKM (Y). Berdasarkan Uji koefisien determinasi, sekitar 89% variabel Kinerja UKM dipengaruhi oleh Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Strategi Bersaing. Sisanya 11% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Strategi Bersaing dan Peningkatan Kinerja UKM

### Abstract

*This research aims to explain the Role of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation and SME Performance Improvement Strategies. The population in the study was 15 employees of Citra Sari Snack and Catering Tanjungpinang. Sampling with saturated techniques, then the number of samples as many as 15 employees. This type of research is quantitative research. On the questionnaire conducted a test of validity and reliability. The data is analyzed using multiple linear regression analysis, including the t test, the F test and the coefficient of determination. The results showed that partially variables of Market Orientation Role (X1), Entrepreneurial Orientation (X2), and Competitive Strategy (X3) had a significant effect on SME Performance (Y). The results of the F test obtained a calculated F value of 38,783 with a table F value of 3.89 identifying that the variables of Market Orientation Role, Entrepreneurial Orientation and Competing*

*Strategies have a significant effect on the SME Performance variable (Y). Based on the determination coefficient test, about 89% of SME Performance variables are affected by Market Orientation Role, Entrepreneurship Orientation, and Competitive Strategy. The remaining 11% were affected by other factors not described in the study.*

**Keywords:** *Role of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Competitive Strategies and Improvement of SME Performance*

## **Pendahuluan**

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan entitas bisnis yang mempunyai peranan strategis dalam meningkatkan perekonomian nasional. Sektor UMKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi krisis ekonomi 1998, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh kolapsnya ekonomi. Pada krisis ekonomi tahun 1998, sektor UMKM memang jadi penopang ekonomi karena mayoritas belum mendapatkan akses finansial dan permodalan sehingga tidak terdampak krisis. Namun saat ini, sektor UMKM justru paling rentan atas imbas virus corona. Kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM. UMKM mengalami kerugian yang tak bisa dihindarkan akibat adanya pandemi COVID-19, karena produk yang dipasarkan sepi pembeli. Namun, di era industri yang serba digital dan modern ini, UMKM bisa mulai memanfaatkan internet untuk mendukung aktivitas perekonomian (Pakpahan, 2020).

Usaha mikro, kecil, dan menengah juga telah mampu memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi UMKM pada PDB sebesar 59,84% di tahun 2016 dan meningkat menjadi 60% di tahun 2017. Kontribusi tersebut sejalan dengan pertumbuhan jumlah UMKM yang terus berkembang. Jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 2,06% atau 1,2 juta unit usaha dari 61,7 juta unit usaha di tahun 2016 menjadi 62,9 unit usaha di tahun 2017. Sektor ini memiliki pangsa pasar yang sangat besar yakni 99,99% dari seluruh pebisnis di Tanah Air. UMKM juga memiliki peran dalam menyerap tenaga kerja hingga 116,6 juta orang atau sebesar 97,02% di tahun 2017 (Kementrian Koperasi dan UKM, 2017).

Selama ini UMKM telah membuktikan kemampuannya bertahan dalam situasi ekonomi yang sulit. Meskipun telah diketahui ketahanannya dalam menghadapi perlambatan ekonomi, terkait dengan kondisi terkini Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) Ikhsan Ingrabatun memperkirakan omset UMKM di sektor non kuliner turun 30-35% sejak Covid-19 penyebabnya adalah penjualan produk ini mengandalkan tatap muka atau pertemuan antara penjual dan pembeli secara fisik. UMKM yang menjual produk non-kuliner menysasar wisatawan asing sebagai pasar (Kompas, 10 Maret 2020). Himbauan dari Pemerintah mengenai *social distancing* yang dicanangkan mulai tanggal 15 Maret 2020 juga diprediksi dapat berdampak serius

terhadap penyerapan produk UMKM. Maka dari itu, diperlukan perhatian lebih dari pemerintah kepada sektor UMKM sebagai penggerak utama perekonomian bangsa.

Di Tanjungpinang kepulauan riau terdapat UKM yaitu Citra Sari Snack dan Catering yang cukup terkenal di kalangan pemerintahan dan juga masyarakat, Pemilik UKM Citra Sari Snack dan Catering yang bernama ibu Ir. Kartika Kusumastuti mempunyai konsumen 75% nya pemerintahan. Rumah produksi sekaligus pusat yang berada di jl. Delima No.78 Citra Sari Sncak dan Catering mempunyai cabang di jl. Wiratno NO.7A. Citra Sari Snack dan Catering ini resmi menjadi UMKM pada tahun 2002, dengan produk keripik ubi pedas dan kue-kue kering. Pada tahun 2004, Citra Sari Sncak dan Catering mulai berinovasi dengan memasarkan produk kue-kue basah tradisional dan menyediakan jasa catering. Citra Sari Snack dan Catering juga mulai memproduksi kue khas melayu, salah satu nya epok-epok, sejak tahun 2012.

Citra Sari Snack dan Catering terus berkembang setahap demi setahap. Dimulai dari belum adanya karyawan hingga saat ini memiliki 14 orang karyawan, dan akan tetap menambah karyawan. Citra Sari Snack dan Catering ini juga di bantu 28 UMKM dan belum termasuk *supplier*. Berikut ini merupakan data Omset penjualan Citra Sari *Snack* dan Catering Tanjungpinnag pada tahun 2020.

**Tabel 1**  
**Data Omset Citra Sari Snack dan Catering Tanjungpinang di Tahun 2020 Pada Masa Pandemi Covid-19**

Bulan	Data Omset Tahun 2020
Januari	250.560.400
Febuari	246.476.000
Maret	196.680.000
April	108.378.500
Mei	108.674.000
Juni	170.968.000
Juli	111.813.000
Agustus	179.978.650
September	269.737.000
Oktober	160.242.900
November	105.424.000
Desember	176.892.300

Sumber: (data Pemilik Citra Sari Snack dan Catering Tanjungpinang)

Berdasarkan table 1.1 data omset penjualan di atas pada masa pandemi covid-19, dapat di lihat bahwa adanya penurunan omset pada bulan januari sampai agustus tahun 2020 sebesar 28,2%.

Pada bulan agustus ke september mengalami kenaikan yang signifikan di bandingkan dengan data pada bulan maret sampai bulan agustus yaitu sebesar 33,3%. Dari bulan oktober sampai desember mengalami penurunan omset Kembali sebesar 1,6%.

Sebelum adanya pandemi covid-19 hanya melakukan penjualan melalui brosur dan via *Story Whatsaap* dan pada saat pandemi covid-19 ini Citra Sari Snack dan

Catering melakukan delivery melalui berbagai media sosial dan melakukan promosi melalui media sosial lainnya.

Dari wawancara peneliti yang dilakukan kepada Pemilik Citra Sari Snack dan Catering, mengenai Kinerja UKM terhadap Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing sangatlah berpengaruh positif, karena di saat pandemi covid-19 ini karyawan Citra Sari Snack dan Catering banyak melakukan inovasi baru terhadap makanan dan juga mempacking makanan nya satu persatu sebelum di masuk kan ke dalam wadah.

Dari wawancara peneliti kepada Pemilik Citra Sari Snack dan Catering, mengenai orientasi pasar pada peningkatan kinerja sangat berpengaruh positif, khususnya dalam pola kerja yaitu harus melakukan protokol kesehatan saat pandemi covid-19 ini. Dalam penyajian setiap kue maka harus di packing satu-satu dan juga lebih banyak melakukan *delivery order*.

Dari wawancara peneliti kepada Pemilik Citra Sari Snack dan Catering, mengenai Orientasi Kewirausahaan terhadap peningkatan kinerja juga sangat berpengaruh positif, karena peningkatan kinerja di Citra Sari Snack dan Catering khususnya dalam hal inovasi dan kreativitas, saat pandemi Citra Sari Snack dan Catering harus mempersiapkan strategi baru yang berhubungan dengan covid-19 antara lain:

1. Strategi Marketing, berdasarkan analisa data dari tahun sebelumnya mendata ulang dan memapping kan ulang potensi yang masih memungkinkan untuk di rubah
2. Strategi jenis makanan, yaitu dengan bertambah nya produk khususnya makanan sehat di saat pandemi.
3. Melakukan data konsumsi
4. Melakukan data kostumer dan juga mulai berproses menggunakan sistem akuntansi yang berintegrasi.

Dari wawancara peneliti kepada Pemilik Citra Sari Snack dan Catering, mengenai strategi bersaing pada UKM terhadap peningkatan kinerja sangatlah berpengaruh positif, karena yang awalnya tidak melakukan promosi di *story* instagram dan Whatsaap, maka di saat pandemi ini semua promosi di lakukan contohnya seperti Omnichannel dan Citra Sari Snack dan Catering ini juga membaca potensi pasar dan masalah internal Citra Sari Snack dan Catering agar bisa bersaing kepada UMKM lainnya dan juga agar mendapatkan omset yang meningkat.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan metode kuantitatif. Teknik analisis data diawali dengan observasi pada UKM industri kreatif untuk diidentifikasi kelayakan untuk menjadi sampel penelitian dan perolehan data awal dalam profiling responden penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa Karyawan di Citra Sari Snack dan Catering. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga pengambilan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Kuisisioner yang berhasil disebar dan berhasil dikembalikan

responden sebanyak 15 responden, sehingga sampel dalam penelitian sebanyak 15 responden.

Dalam penelitian ada tiga variabel yang akan digunakan yaitu orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kinerja UKM. Instrumen untuk mengukur orientasi kewirausahaan menggunakan empat dimensi yang diadopsi dari Al Mamun, et al (2017) yaitu kreatif dan inovatif, keberanian mengambil resiko, dan proaktif. Keempat dimensi tersebut dikembangkan menjadi 6 item pernyataan.

## Hasil Dan Pembahasan

### A. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Peran Orientasi Pasar (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2, Strategi Bersaing (X3) dan Kinerja UKM (Y), dapat dilihat dari statistik deskriptif berikut ini:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Peran Orientasi Pasar	15	27	49	38.13	5.680
Orientasi Kewirausahaan	15	52	85	68.20	8.046
Strategi Bersaing	15	32	49	36.20	4.539
Kinerja UKM	15	30	50	39.40	4.881
Valid N (listwise)	15				

(Sumber: Output Data Olahan SPSS, 2021)

Tabel 1 menjelaskan bahwa pada variabel Peran Orientasi Pasar, jawaban minimum responden sebesar 27 dan maksimum 49, dengan rata-rata total jawaban 38.13 dan standar deviasi 5.680. variabel Orientasi Kewirausahaan , jawaban minimum responden sebesar 52 dan maksimum sebesar 85, dengan rata-rata total jawaban 68.20 dan standar deviasi 8.046. Variabel Strategi Bersaing, jawaban minimum responden sebesar 32 dan maksimum sebesar 49, dengan rata-rata total jawaban 36.20 dan standar deviasi 4.539. Variabel Kinerja UKM, jawaban minimum responden sebesar 30 dan maksimum 50, dengan rata-rata total jawaban 39.40 dan standar deviasi 4.881.

### B. Pengujian Kualitas Data

#### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu kuesioner, dimana di dalam seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memuat 47 (empat puluh tujuh) pertanyaan,yaitu gabungan pertanyaan dari variabel Peran Orientasi Pasar sebanyak 10 (sepuluh) butir pertanyaan, variabel Orientasi Kewirausahaan sebanyak 17 (tujuh belas) butir pertanyaan, variabel Strategi Bersaing sebanyak 10 (sepuluh) butir pertanyaan, dan variabel Kinerja

UKM sebanyak 10 (sepuluh) butir pertanyaan dan ditanggapi oleh 15 responden. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tingkat kepercayaan = 95%, dengan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$ , untuk  $n = 15$ , maka  $r_{tabel}$  adalah 0,2441. Ini berdasarkan tabel  $r$ , jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pengujian validitas tersebut *valid*, karena  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan butir instrumen *valid* akan digunakan dalam penelitian, jika butir pertanyaan itu tidak *valid* maka tidak digunakan dalam penelitian ini.

Berikut hasil data yang diolah menggunakan program SPSS 26 *for windows* dapat diketahui bahwa untuk nilai  $r$  hitung validitas variabel kinerja karyawan pada semua item instrumen pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Validitas Variabel Kinerja UKM**

$r_{tabel} = 0,5529$

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y1	0,703	0,5529	Valid
Y2	0,606	0,5529	Valid
Y3	0,570	0,5529	Valid
Y4	0,607	0,5529	Valid
Y5	0,646	0,5529	Valid
Y6	0,699	0,5529	Valid
Y7	0,764	0,5529	Valid
Y8	0,539	0,5529	Valid
Y9	0,571	0,5529	Valid
Y10	0,588	0,5529	Valid

(Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2021)

Tabel menunjukkan bahwa variabel Kinerja UKM mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan sepuluh item pernyataan. Jumlah item pernyataan yang valid tersebut akan digunakan didalam penelitian ini karena dapat di andalkan dan layak sebagai penelitian.

### Uji Validitas Strategi Bersaing

**Tabel 3**  
**Hasil Validitas Variabel Peran Orientasi Pasar**

$r_{tabel} = 0,5529$

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,756	0,5529	Valid
X1.2	0,894	0,5529	Valid
X1.3	0,699	0,5529	Valid
X1.4	0,929	0,5529	Valid
X1.5	0,690	0,5529	Valid
X1.6	0,570	0,5529	Valid
X1.7	0,852	0,5529	Valid
X1.8	0,642	0,5529	Valid

Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Peningkatan Kinerja UKM pada (Citra Sari Snack & Catering Tanjungpinang)

X1.9	0,638	0,5529	Valid
X1.10	0,595	0,5529	Valid

(Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2021)

Tabel menunjukkan bahwa variabel Peran Orientasi Pasar mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan sepuluh item pernyataan. Jumlah item pernyataan yang valid tersebut akan digunakan didalam penelitian ini karena dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

**Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan**

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan**  
 **$r_{tabel} = 0,5529$**

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0,730	0,5529	Valid
X2.2	0,846	0,5529	Valid
X2.3	0,605	0,5529	Valid
X2.4	0,741	0,5529	Valid
X2.5	0,732	0,5529	Valid
X2.6	0,543	0,5529	Valid
X2.7	0,730	0,5529	Valid
X2.8	0,518	0,5529	Valid
X2.9	0,533	0,5529	Valid
X2.10	0,562	0,5529	Valid
X2.11	0,659	0,5529	Valid
X2.12	0,692	0,5529	Valid
X2.13	0,670	0,5529	Valid
X2.14	0,545	0,5529	Valid
X2.15	0,853	0,5529	Valid
X2.16	0,540	0,5529	Valid
X2.17	0,625	0,5529	Valid

(Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2021)

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan tujuh belas item pernyataan. Jumlah item pernyataan yang valid tersebut akan digunakan didalam penelitian ini karena dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

**Uji Validitas Peran Orientasi Pasar**

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Bersaing**  
 **$r_{tabel} = 0,5529$**

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0,944	0,5529	Valid
X3.2	0,695	0,5529	Valid
X3.3	0,780	0,5529	Valid
X3.4	0,660	0,5529	Valid

X3.5	0,980	0,5529	Valid
X3.6	0,923	0,5529	Valid
X3.7	0,944	0,5529	Valid
X3.8	0,780	0,5529	Valid
X3.9	0,877	0,5529	Valid
X3.10	0,630	0,5529	Valid

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel Strategi Bersaing mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan sepuluh item pernyataan. Jumlah item pernyataan yang valid tersebut akan digunakan didalam penelitian ini karena dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0.60. Adapun hasil uji reliabilitas didalam penelitian ini untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

### Uji Reliabilitas Kinerja UKM

**Tabel 5**  
**Hasil Reliabilitas Variabel Kinerja UKM**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	10

Data reliabel karena *cronbach alpha* > 0.600  
(Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 26)

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel Kinerja UKM sebesar 0.824. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.600. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten, yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

### Uji Reliabilitas Strategi Bersaing

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Bersaing**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	10

Data reliabel karena *cronbach alpha* > 0.600  
(Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 26)

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel Strategi Bersaing sebesar 0.928. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.600. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten, yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul Pengaruh Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing Terhadap Kinerja UKM Citra Sari Snack dan Catering Tanjungpinang maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1). Pengujian secara parsial membuktikan bahwa Peran Orientasi Pasar berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UKM pada Citra Sari Snack dan Catering dengan nilai perbandingan t-hitung dengan t-tabel ( $9.117 > 1.79588$ ) dan nilai probabilitas sebesar  $0.000 < 0.05$ . 2). Pengujian secara parsial membuktikan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UKM pada Citra Sari Snack dan Catering dengan nilai perbandingan t-hitung dengan t-tabel ( $6.735 > 1.79588$ ) dan nilai probabilitas sebesar  $0.000 < 0.05$ . 3). Pengujian secara parsial membuktikan bahwa Strategi Bersaing berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UKM pada Citra Sari Snack dan Catering dengan nilai perbandingan t-hitung dengan t-tabel ( $3.342 > 1.79588$ ) dan nilai probabilitas sebesar  $0.034 > 0.05$ . 4). Pengujian secara simultan membuktikan bahwa Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja UKM dengan nilai perbandingan F-hitung dengan F-tabel ( $38.783 > 3.587$ ).

## BIBLIOGRAFI

- Elvina (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. E-Jurnal, JSHP Vol. 4, No.1, 2020: p-ISSN: 2580-5398 e-ISSN:2597-7342.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*.
- Hujayanti Desinta (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Terhadap UMKM Krupuk di Desa Harjosari Lor Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal*. Skripsi Universitas Pancasakti Tegal.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syifa Laely Fadhilah (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas)*. Skripsi IAIN Purwokerto.
- Dr. Aprizal, S.Kom.,S.E.,M.M (2018) *Pendidikan Kewirausahaan Teori dan Praktik (Melahirkan Entrepreneurship Handal di Era Industry 4.0 & Society 5.0)*.
- Dr. Aprizal, S.Kom.,S.E.,M.M (2018) *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*.
- Dr.Harun Samsuddin,S.Pd.,M.M., (2018)*Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Irwan dkk (2020) *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Pasar Serta Inovasi Terhadap Kinerja Ekonomi Produktif Kelompok Usaha Bersama (UEP KUBE) di Kota Bukittinggi Sumatera Barat*. Jurnal Sosial Humaniora p-ISSN 2087-4928 e-ISSN 2550-0236 Volume 11 Nomor 1.
- Presiden (Inpres) No 4 Tahun 1995 *Tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, yang dimaksud dengan Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar*.

**Copyright holder:**

M. Syuzairi, Karin Callistania Sani (2022)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

