

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA PEMASARAN**

(Suatu Studi UMKM Makrebe Keripik Debog Pak Dimas Ali Mansur Desa
Adimulya)

DRAF SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh
Gelar Srjana Manajemen pada program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

DENI IRAWATI
3402180448



**PROGRAM STUDI MANAJEMAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Deni Irawati, NIM. 3402180448. “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Konsumen UMKM Makrebe Keripik Debog Pak Dimas Ali Mansur Desa Adimulya)” Di bawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing I) dan Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh fenomena yang terjadi yaitu banyaknya pesaing bisnis keripik, kurangnya varian rasa dan iklim yang mempengaruhi kualitas bahan baku yang artinya belum memenuhi kualitas dari bahan baku tersebut Dengan demikian minat beli konsumen belum optimal. Adapun wawancara penulis dengan konsumen di UMKM Makrebe Keripik Debog menyebutkan belum tercapainya minat beli Konsumen dikarenakan kurangnya Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara baik. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Makrebe Keripik Debog?; 2) Bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Makrebe Keripik Debog?; 3) Bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran?. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Berapa besar pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja pemasaran konsumen UMKM Makrebe. 2) Berapa besar pengaruh Inovasi produk terhadap Kinerja Pemasaran konsumen UMKM. 3) Berapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Kinerja Pemasaran konsumen UMKM. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey yang bersifat deskriptif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dimana hasil penelitian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien koelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis determinasi, uji T, dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa. 1). Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran. 2). Inovasi Produk secara parsial juga berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran. 3). Secara Simultan baik Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan. Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	13
2.1.1.1 Pengertian Ilmu Manajemen	13
2.1.1.2 Tujuan Manajemen	14

2.1.1.3 Fungsi Manajemen	16
2.1.1.4 Bidang – Bidang Manajemen	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.1 Definisi Pemasaran	19
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran	20
2.1.2.4 Fungsi Manajemen Pemasaran	21
2.1.2.5 Marketing Mix Pemasaran	22
2.1.3 Orientasi Kewirausahaan	23
2.1.3.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan	23
2.1.3.2 Dimensi Orientasi Kewirausahaan	24
2.1.3.3 Tujuan Orientasi Kewirausahaan	25
2.1.3.4 Fungsi Orientasi Kewirausahaan	25
2.1.3.5 Tipe Orientasi Kewirausahaan	26
2.1.3.6 Indikator Orientasi Kewirausahaan	27
2.1.4 Inovasi Produk	28
2.1.4.1 Pengertian Inovasi Produk.....	28
2.1.4.2 Karakteristik Inovasi Produk.....	29
2.1.4.3 Kategori Inovasi Produk.....	31
2.1.4.4 Indikator Inovasi Produk	32
2.1.5 Kinerja Pemasaran	32
2.1.5.1 Pengertian Kinerja Pemasaran.....	32
2.1.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran	33
2.1.5.3 Nilai Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran	34
2.1.5.4 Indikator Kinerja Pemasaran	35

2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	36
2.2 Kerangka Pemikiran	40
2.2.1 Pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran	42
2.2.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran	43
2.2.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran	44
2.3 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	48
3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	50
3.2.1 Definisi Variabel	50
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	50
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel	52
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1 Sumber Pengumpulan Data	54
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	55
3.5 Teknik Analisis Data	58
3.5.1 Analisis Deskriptif	58
3.5.2 Analisis Verifikatif	60
3.5.2.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran	61
3.5.2.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran	65
3.5.2.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran	69

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	73
3.6.1 Tempat Penelitian	73
3.6.2 Waktu Penelitian	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Hasil Penelitian	75
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	75
4.1.1.1 Profil UMKM Makrebe Keripik Debog Pak Dimas Ali Mansur Desa Adimulya	75
4.1.1.2 Visi dan Misi UMKM Makrebe Keripik Debog Paak Dimas Ali Mansur Desa Adimulya	76
4.1.1.3 Struktur Organisasi UMKM Makrebe Keripik Debog Pak Dimas Ali Mansur Desa Adimulya	76
4.1.1.4 Job Deskripsi	77
4.1.2 Karakteristik Responden	77
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	78
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	79
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti	80
4.1.3.1 Hasil Penelitian Tentang Orientasi Kewirausahaan di UMKM Makrebe Keripik Debog	80
4.1.3.1.1 Tanggapan Responden mengenai Keinovasian ..	82
4.1.3.1.2 Tanggapan Responden mengenai keproaktifan....	84
4.1.3.1.3 Tanggapan Responden mengenai Keberanian Mengambil Risiko	88
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian Yang Diteliti Tentang Inovasi Produk	94

4.1.3.2.1	Tanggapan Responden mengenai Perluasan Lini Produk	96
4.1.3.2.2	Tanggapan Responden mengenai Produk Tiruan..	99
4.1.3.2.3	Tanggapan Responden mengenai Produk Baru	101
4.1.3.3	Deskripsi Hasil Penelitian Yang Diteliti Tentang Kinerja Pemasaran	106
4.1.3.3.1	Tanggapan Responden Volume penjualan.....	107
4.1.3.3.2	Tanggapan Responden mengenai Pertumbuhan Pelanggan	111
4.1.3.3.3	Tanggapan Responden Kemapulabaan	113
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis	118
4.1.4.1	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	118
4.1.4.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja pemasaran UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	127
4.1.4.3	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	136
4.2	Pembahasan	147
4.2.1	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	147
4.2.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	149
4.2.3	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	150
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		152
5.1	Simpulan	152
5.2	Saran	153
DAFTAR PUSTAKA		154

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan UMKM Makrebe Keripik Debog Pak Dimas Ali Mansur Desa Adimulya.....	7
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu yang Relefen	36
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	51
Tabel 3.2	Kategori Jawaban dan Skor Skala <i>Likert</i>	58
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Interpretasi dari Koefisien dan Korelasi	63
Tabel 3.4	Pedoman Untuk Interpretasi dari koefisien dan korelasi	67
Tabel 3.5	Pedoman Untuk Interpretasi dari koefisien dan korelasi	70
Tabel 3.6	Jadwal Kegiatan	74
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	78
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	79
Tabel 4.4	Pedoman Interpretasi	81
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog Menghasilkan Produk yang Berfariatif.....	81
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog Menguntungkan Untuk Memperkenalkan Produk Baru	83
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Menu Keripik Debog Merupakan Produk Yang Belum Pernah Dibuat Oleh Produsen Lain.....	84
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog bersaing secara agresif di pasaran.	85
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Keripik Debog selalu berupaya untuk mengembangkan produk dalam rangka peningkatan hasil usaha.	86

Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog selalu menjaga kualitas produk agar mampu bersaing.	87
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog memiliki penekunan kuat pada proyek-proyek berisiko tinggi dengan hasil yang tidak pasti untuk mengalahkan pesaing	88
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog memerlukan strategi lebih berani untuk memanfaatkan peluang potensial dalam situasi pengambilan keputusan yang berisiko.....	89
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog yang dipasarkan produknya di berbagai wilayah	90
Tabel 4.14	Rekapulasi Jawaban Responden Mengenai Orientasi Kewirausahaan UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya.....	91
Tabel 4.15	Interpretasi Orientasi Kewirausahaan Pada UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	94
Tabel 4.16	Interprestasi Data Untuk Setiap Pernyataan	95
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog mengeluarkan produk lama yang telah dimodifikasi	96
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog memiliki kualitas yang bagus atau harga yang terjangkau	97
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Keripik Debog memiliki warna khas sehingga para konsumen akan lebih mudah dalam mengenal produk	97
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Kemasan Keripik Debog dijual dengan berbagai variasi ukuran supaya mudah di jangkau masyarakat	99
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog mengeluarkan produk tiruan dari pesaing untuk dipasarkan	100

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog tidak menggunakan atau membajak nama merek dan simbol	101
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog mengeluarkan produk baru untuk pasar	101
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog terdapat produk yang mampu kompetitif.....	102
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog memiliki tampilan yang lebih menarik.....	102
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog mampu menampilkan fungsi-fungsi keandalan, daya tahan dan ketelitian yang memuaskan bagi konsumen	103
Tabel 4.27 Rekapulasi Jawaban Responden	104
Tabel 4.28 Interpretasi mengenai Inovasi Produk Pdaa UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	106
Tabel 4.29 Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan.....	107
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Tentang Pemasaran Keripik Debog mampu menumbuhkan penjualan di masa depan	107
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog Menampilkan Karakteristik Produk Pencinta Zaman Sekarang	108
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Tentang Saya merasa harga produk di Keripik Debog sesuai dengan kualitas.....	109
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog Pangsa Pasar Kalangan Anak Muda	110
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Tentang Saya merasa frekuensi pembelian di Keripik Debog begitu meningkat	111

Tabel 4.35	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog Dapat Melayani Pasar Dengan Baik dan Melayani Kebutuhan Konsumen	111
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog mempunyai besaran volume penjualan dapat ditingkatkan di berbagai aspek	112
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Tentang Pemasaran mampu menghasilkan laba bagi UMKM Makrebe Keripik Debog.....	113
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog memperoleh laba secara komperhensif di berbagai aspek	114
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Tentang Keripik Debog mengkonversi penjualan menjadi keuntungan dan arus kas	115
Tabel 4.40	Hasil Perhitungan Variabel Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Makrebe Keripik Debog Desa Adimulya	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM Makrebe Keripik Debog	76

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). *Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 20(1), 27-38.
- Bachtiar, F., & Meliyati, M. (2020). *Pengaruh Orentasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada pengrajin ikan asin di kawasan Lhong Aceh Besar)*. Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh, 9(1).
- Curatman, A. (2016). *Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*. LOGIKA Jurnal Ilmiah Lemlit Unswagati Cirebon, 18(3), 61–75.
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T.A (2021). *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Intervening pada UMKM di kota Jambi*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 10(01), 1-15.
- Fatmawati , R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno, N. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(3), 351-362.
- Gosselin, M. (2005). An empirical study of performance measurement in manufacturing firms. International Journal of Productivity and Performance Management.
- Gradistya, G. O., & Farida, N. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pda UMKM Batik Di Jawa Tengah)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(3), 127-135.
- Haji, S., Arifin, R.,& ABS, M.K. (2017). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha cengkeh di Bawean*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 6(02)
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran*. E-Jurnal Manajemen Unud, 5(10), 6580-6609.
- Hanuma, S., & Kiswara, E. (2011). *Analisis Balance scorecard sebagai alat pengukur kinerja perusahaan (Studi Kasus pada PT Astra Honda Motor)*. UNIVERSITAS DIPONEGORO.

- Hatta, I. H. (2015). *Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 13(4), 653-661.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Humairoh, H., Suharyadi, S., & Taufik, E. R.(2021). *Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Tangerang*. Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi, 4(2), 125-141.
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban*. Eco-Entrepreneur, 5(1), 33-48.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Kotler, P. A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke 15 : Pearson Education Limited
- Mandasari, I. C. S. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Mikro Kecil Makanan di Kota Denpasar)*. Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ), 2(2), 56-62.
- Mukson, et.al. 2019. *Lingkungan kerja dan orientasi kewirausahaan kinerja umkm melalui komitmen organisasi*. Jawa Tengah: lakeisha
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2014). *Orientasi kewirausahaan, inovasi, dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan (studi pada UKM sentra Kabupaten Malang)*. Jurnal Ekonomi Modernisasi, 10(1), 23-37.
- Nursinggih, A. R., & Farida, N.(2019). *Pengaruh Orientasi Psar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk (Studi pada UMKM Rogo-Rege Kabupaten Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(4), 116-127.
- Ratnawati, A (2013). *Peningkatan Kinerja Pemasaran melalui optimalisasi keunggulan bersaing*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14(1), 72-89.
- Ryadi, N. A. K., & Yasa, N. N. K. (2016). *Kemampuan Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk Imk Sektor Industri Makanan Di Kota Denpasar*. Udayana University.
- Sari, F. A. P. W., & Farida, N. (2020) *Pengaruh Orientsi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(3),

345-352.

- Setiawan, H. (2013). *Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang)*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya, 11(3), 181–194.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono, S. (2008). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, M. (2018). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Tahu di Sentra Industri tahu Kota Bnjar)*. Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi, 2(1), 154-166.
- Wardoyo, P., Rusdianti, E., & Purwantini, S. (2015). *Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap strategi usaha dan kinerja bisnis UMKM di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab Semarang*. Sustainable Competitive Advantage (SCA), 5(1).
- Witjaksono, H. P. (2014). *Analisis orientasi kewirausahaan dan sumber daya internal perusahaan terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing (Studi pada usaha mikro kecil dan menengah furniture Kabupaten Jepara)*.