

# PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI PADA UKM BIDANG FURNITURE DI KOTA SEMARANG

Oleh : Sendhang Nurseto

**Abstrac :** One of the small and medium enterprises in the city of Semarang is the field of furniture and furniture . Furniture or furniture that is often referred to as a product included in the household so that the furniture is not the scarce goods but is needed by the community . Realization of production every year to reach an average of only 90 % of the target . The resulting production also fluctuated every year , almost every year has decreased . The purpose of this study was to determine the effect of market orientation and innovation to compete SMEs lead with furniture in the city of Semarang . The population in this study was 64 furniture craftsman whose products have been exported to SMEs furniture Semarang . Way of selecting a sample ( respondents ) were used in this study using nonprobability sampling technique. Analysis using quantitative , qualitative analysis , validity , reliability testing , path analysis , descriptive analysis and differential analysis .

The results showed t value of the variable effect of market orientation on innovation by 3.690 , the hypothesis 1 ( H1 ) that the Market Orientation proven positive effect on innovation . T value of the variable effect of market orientation on Competitive Advantage of 2,079 > t Table , hypothesis 2 ( H2 ) that the positive effect on market orientation Competitive Advantage proven . T value of the variable influence of Innovation for Competitive Advantage 3.332 > t table , the hypothesis 3 ( H3 ) that innovation has a positive effect on Competitive Advantage proven . Calculated F value of the variable influences Market Orientation and Innovation for Competitive Advantage by 9.396 > F table , hypothesis 4 ( H4 ) that the Market Orientation and Innovation positive effect on Competitive Advantage proven .

Craftsmen will need to improve understanding of market orientation in the face of competition . Owned and increase innovation to improve the ability and skill to produce a better product thus increasing the competitive advantage of products.

**Keywords :** market orientation,innovation,competitive advantage

## Pendahuluan

Kebebasan masuknya barang produksi dari negara lain menimbulkan suatu keadaan yang lebih kompetitif sehingga memberikan suatu pertanda kepada perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing agar tetap bertahan. Oleh karena itu, perusahaan harus mau untuk mengikuti perubahan yang terjadi di pasar, keinginan konsumen dan kebutuhan baru yang muncul sehingga perusahaan mampu bertahan di tengah persaingan dengan perusahaan lain, artinya bahwa perusahaan harus siap dengan strategi yang dimiliki yaitu dengan Globalisasi memberikan dampak bagi usaha di Indonesia yaitu perusahaan-perusahaan di Indonesia juga menghadapi persaingan. Salah satu usaha yang dikembangkan di Indonesia adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Dalam menghadapi persaingan, usaha kecil

menengah juga perlu bergantung pada strategi bersaing. Sekarang strategi bersaing UKM untuk memenangkan persaingan bukan lagi hanya kemampuan menjual saja, melainkan *value added* yang dapat mendongkrak nilai jual suatu produk, seperti yang dikatakan Zimmerer (1996)

Salah satu produk usaha kecil menengah yang menjadi produk unggulan adalah furnitur. Produk furnitur kayu sangat potensial untuk dikembangkan mengingat keunggulan komparatif yang dimiliki industri tersebut berupa potensi alam belum dimanfaatkan dengan nilai tambah yang optimal dan keterampilan tenaga kerja (pengrajin furnitur kayu) belum dihargai secara wajar.

Furnitur dari Jawa Tengah sudah terkenal sejak lama baik karena furnitur Jawa Tengah memiliki kualitas, seni maupun harganya kompetitif. Banyak konsumen baik dalam maupun luar negeri yang memesan furnitur antik, yang walaupun dibuat baru atau repro furnitur, namun

diproses seolah-olah merupakan produk kuno (antik).

Salah satu usaha kecil menengah yang ada di Kota Semarang adalah bidang furnitur dan mebel. Furnitur atau yang sering disebut dengan mebel merupakan produk yang termasuk dalam kebutuhan rumah tangga sehingga furnitur bukan menjadi barang kebutuhan yang langka tetapi memang diperlukan oleh masyarakat Berdasarkan pendataan kapasitas produksi furnitur yang dihasilkan pengrajin Kota Semarang selama tahun 2007 sampai 2011, diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1  
Kapasitas Produksi Furnitur di Kota Semarang  
Tahun 2010 - 2012

Tahun	Target (buah)	Realisasi (buah)	Prosentase Perubahan(%)
2010	750.000	697.388	93
2011	550.000	488.172	89
2012	500.000	414.946	83

Sumber : Disperindag Kota Semarang, 2012

Data di atas menunjukkan bahwa setiap tahun realisasi produksi yang diharapkan tidak sesuai dengan target yang diinginkan. Realisasi produksi setiap tahun rata-rata hanya menjangkau 90% dari target. Produksi yang dihasilkan setiap tahun juga mengalami fluktuasi, hampir setiap tahun mengalami penurunan. Karena itu, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul:

**“PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI PADA UKM BIDANG FURNITURE DI KOTA SEMARANG”.**

### Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah eksplanatori yang bermaksud menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Pada Ukm Bidang Furniture Di Kota Semarang.

Dengan teknik *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dari teknik tersebut, diperoleh sampel sebanyak 55 orang. Populasi dalam penelitian ini adalah 64 pengrajin furnitur yang produknya telah diekspor pada UKM furnitur Kota Semarang. Cara pemilihan sampel (responden) yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability*

### *sampling* Skala Pengukuran

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran yang bersifat interval dengan menggunakan *skala likert*. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial

### Teknik Analisa Data

**Analisis Kualitatif** yaitu suatu analisis yang pengolahan datanya dalam bentuk uraian atau penggambaran tentang gejala atau fenomena yang

sedang diteliti, terutama mengenai orientasi pasar, inovasi dan keunggulan bersaing. Kemudian data yang ada diinterpretasikan sedemikian rupa dengan tetap mengacu pada teori yang melandasi penelitian ini.

**Analisis Kuantitatif** yaitu suatu analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel dalam penelitian dengan menggunakan perhitungan-perhitungan atau uji statistik. Metode statistik memberikan cara yang obyektif guna mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data kuantitatif serta menarik kesimpulan dari hasil analisis tersebut.

**Uji validitas** digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali, 2006:45).

**Uji reliabilitas** adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan atau dipercaya (Singarimbun dan Sofian Effendi, 1989:126). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ). Apabila nilai  $\alpha$  lebih besar dari 0,60 dapat ditafsirkan suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih dengan kata lain instrumen tersebut dapat diandalkan

**Path Analysis** digunakan untuk menganalisis

pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*).

**Analisis deskriptif** atau statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

**Analisis inferensial** memberikan cara objektif untuk mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data kuantitatif kemudian menarik kesimpulan dari hasil.

**Analisis Tabel Silang.** Digunakan untuk mengetahui presentase kecenderungan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Regresi Linier Sederhana.** Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun klausul satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Di mana dampak dari penggunaan analisis ini dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen (Sugiyono, 2008:272).

**Regresi Linier Berganda.** Analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (Y), bila dua atau lebih variabel independen (X) sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Jadi regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya (X) minimal dua. (Sugiyono, 2008:277).

**Koefisien Determinasi.** Koefisien Determinasi merupakan alat statistik untuk mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan variabel independen (kepemimpinan dan lingkungan kerja) terhadap variabel dependen (kepuasan kerja).

#### Uji Hipotesis

**Uji t-test.** Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah Variabel Bebas (X) secara individual berpengaruh berarti atau tidak terhadap Variabel Terikat (Y) digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan 2.

**Uji F.** Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen, digunakan untuk menguji hipotesis 3.

#### Gambaran Umum Perusahaan

##### Letak geografi

Kota Semarang dengan luas wilayah 373,70 Km<sup>2</sup>. Secara administratif Kota Semarang terbagi menjadi 16 Kecamatan dan 177 Kelurahan. Dari 16 Kecamatan yang ada, terdapat 2 Kecamatan yang mempunyai wilayah terluas yaitu Kecamatan Mijen, dengan luas wilayah 57,55 Km<sup>2</sup> dan Kecamatan Gunungpati, dengan luas wilayah 54,11 Km<sup>2</sup>

##### Luas penggunaan lahan

Proporsi penggunaan lahan di Kota Semarang terbesar adalah jenis penggunaan lahan untuk permukiman (33,12 %), hal ini menunjukkan bahwa lahan masih memiliki fungsi dominan sebagai pelayanan domestik. Berdasarkan Peta Penggunaan Lahan terlihat bahwa persebaran penggunaan lahan permukiman berada jalu-jalur jalan utama terutama berada di pusat kota.

##### Kependudukan dan tenaga kerja

Pada tahun 2011 Kota Semarang memiliki penduduk sebesar 1.544.358 jiwa. Penduduk sejumlah tersebut mendiami wilayah seluas 373,70 km<sup>2</sup> sehingga rata-rata kepadatan penduduk Kota Semarang adalah 4.133 jiwa per km<sup>2</sup>.

##### Kondisi sektor industri

Produktivitas tenaga kerja yang diukur dari total output dibagi jumlah tenaga kerja, selama kurun waktu 2004-2008 menunjukkan trend naik. Tercatat selama tahun 2008 untuk setiap tenaga kerja sektor industri pengolahan besar - sedang di Kota Semarang menghasilkan produksi sebesar 261 juta rupiah.

##### Produk Domestik Regional Bruto

Pertumbuhan kontribusi sektor industri pengolahan yang cukup besar terhadap PDRB, di mana pada tahun 2002 pangsaanya sebesar 46,03 %, pada tahun 2003 sebesar 35,38%, dan pada tahun 2004 sebesar 31,97%. Dari angka tersebut maka dapat diketahui bahwa kontribusi sektor industri pengolahan di Kota Semarang cukup besar di

### Kategorisasi Nilai Variabel Orientasi Pasar UKM

Persepsi responden mengenai variabel orientasi pasar di UKM furniture Kota Semarang adalah cukup baik. Hasil frekuensi yang diperoleh sebesar 0 orang responden (0%) menyatakan sangat baik, 0 orang responden (0%) menyatakan baik, 29 orang responden (52,7%) menyatakan cukup baik, 26 orang responden (47,3%) menyatakan tidak baik dan 0 orang responden (0%) menyatakan sangat tidak baik. Dapat di simpulkan bahwa orientasi pasar UKM furniture Kota Semarang cukup baik di mata responden. Adapun pernyataan tidak baik, dikarenakan oleh kurang pemahannya responden mengenai pentingnya informasi mengenai pasar terkait.

### Kategorisasi Frekuensi Nilai Variabel Inovasi

Persepsi responden mengenai variabel inovasi di UKM furniture Kota Semarang adalah tidak baik. Hasil frekuensi yang diperoleh sebesar 0 orang responden (0%) menyatakan sangat baik, 1 orang responden (1,8%) menyatakan baik, 28 orang responden (50,9%) menyatakan netral, 26 orang responden (47,3%) menyatakan tidak baik dan 0 orang responden (0%) menyatakan sangat tidak baik. Dapat di simpulkan bahwa inovasi UKM furniture Kota Semarang tidak baik di mata responden. Adapun pernyataan tidak baik, dikarenakan oleh kemampuan pengetahuan mengenai tren yang tidak memadai, kurangnya modal dan ketidakberanian dalam berspekulasi.

### Distribusi Frekuensi Nilai Variabel Keunggulan Bersaing

Persepsi responden mengenai variabel keunggulan bersaing di UKM furniture Kota Semarang adalah cukup baik. Hasil frekuensi yang diperoleh sebesar 0 orang responden (0%) menyatakan sangat baik, 0 orang responden (0%) menyatakan baik, 38 orang responden (69,1%) menyatakan cukup baik, 17 orang responden (30,9%) menyatakan tidak baik dan 0 orang responden (0%) menyatakan sangat tidak baik. Dapat di simpulkan bahwa keunggulan bersaing UKM furniture Kota Semarang cukup baik di mata responden.

**Uji validitas.** Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung setiap indikator lebih besar daripada nilai  $r$  tabel, dengan demikian semua

indikator variabel orientasi pasar, inovas, dan keunggulan bersaing dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian

**Uji reliabilitas.** hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel karena masing-masing mendapatkan nilai diatas 0,60.

## Uji Hipotesis

### Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing

Nilai  $t$  hitung dari pengaruh variabel Orientasi Pasar terhadap Inovasi sebesar  $3,690 > t$  Tabel =  $2,006$  ( $df = n - k - 1 = 55 - 2 - 1 = 52$ ,  $\alpha = 0,05$ , uji dua pihak), dengan angka signifikansi =  $0,000 < \alpha = 0,05$  (signifikan). Dengan demikian maka hipotesis 1 (H1) bahwa Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap Inovasi terbukti.

### Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing

Nilai  $t$  hitung dari pengaruh variabel Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing sebesar  $3,332 > t$  Tabel =  $2,006$  dengan angka signifikansi =  $0,000 < \alpha = 0,05$  (signifikan). Dengan demikian maka hipotesis 3 (H3) bahwa Inovasi berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing terbukti.

### Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi

Nilai  $t$  hitung dari pengaruh variabel Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing sebesar  $2,079 > t$  Tabel =  $2,006$  ( $df = n - k - 1 = 55 - 2 - 1 = 52$ ,  $\alpha = 0,05$ , uji dua pihak), dengan angka signifikansi =  $0,043 < \alpha = 0,05$  (signifikan). Dengan demikian maka hipotesis 2 (H2) bahwa Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing terbukti.

### Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi secara simultan

Nilai  $F$  hitung dari pengaruh variabel Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing sebesar  $9,396 > F$  Tabel =  $4,0266$  ( $df = n - k - 1 = 55 - 2 - 1 = 52$ ,  $\alpha = 0,05$ , uji dua pihak), dengan angka signifikansi =  $0,000 < \alpha = 0,05$  (signifikan). Dengan demikian maka hipotesis 4 (H4) bahwa Orientasi Pasar dan Inovasi berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing terbukti.

### Analisis Regresi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi sebagai Variabel Perantara

a.  $OP \longrightarrow KB$  atau  $p1 = 0,252$  (positif dan signifikan)

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa meningkatnya Orientasi Pasar (OP) akan dapat meningkatkan Keunggulan Bersaing (KB)

- b.  $I \longrightarrow KB$  atau  $p_2 = 0,404$  (positif dan signifikan)

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik Inovasi (I) maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing (KB)

#### Pengujian Hipotesis Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi sebagai Variabel Perantara

Besarnya masing-masing pengaruh:

- a.  $OP \longrightarrow KB$  sebesar  $p_1 = 0,252$   
b.  $I \longrightarrow KB$  sebesar  $p_2 = 0,404$

### Pembahasan

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Inovasi pada UKM Furniture di kota Semarang tidak baik. Adapun pernyataan tidak baik, dikarenakan oleh kemampuan pengetahuan mengenai tren yang tidak memadai, kurangnya modal dan ketidakberanian dalam berspekulasi.

Keunggulan bersaing adalah merujuk pada kemampuan sebuah organisasi untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang menguntungkan berkaitan dengan perusahaan lainnya. Keunggulan bersaing di kota Semarang cukup baik. Adapun pernyataan tidak baik, dikarenakan oleh pasar yang cenderung memilih produk yang bersaing dalam hal harga daripada kualitas produk.

Orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan orientasi pasar akan membawa peningkatan kinerja bagi perusahaan tersebut. Orientasi Pasar juga berpengaruh positif terhadap Inovasi terbukti. Orientasi pasar dapat menentukan inovasi-inovasi yang ada dalam UKM furniture. Dalam penelitian ini terbukti bahwa orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing terbukti, inovasi berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing terbukti dan orientasi Pasar dan Inovasi berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing terbukti.

### Penutup

#### Kesimpulan

1. Orientasi pasar UKM Furniture Kota Semarang

adalah baik, yang didasarkan pada penilaian responden sebesar 52,7%, menyatakan cukup baik mengenai orientasi pasar dalam menjalankan usaha furniture. Artinya, selama menjalankan usaha ini telah melakukan komitmen untuk terus memahami seluruh rantai nilai pembeli, dengan cukup baik. Tetapi kurang memerhatikan penciptaan nilai unggul bagi pelanggan, pemahaman akan pesaing dan penggalan informasi pasar.

2. Inovasi UKM Furniture Kota Semarang adalah baik, yang didasarkan pada penilaian responden sebanyak 50,9%, menyatakan cukup baik terhadap inovasi UKM Furniture Kota Semarang. Artinya, inovasi yang dihasilkan telah memperkenalkan produk baru, walaupun belum tentu setahun sekali. Begitu juga dengan metode baru dan penggunaan bahan baku.
3. Keunggulan bersaing UKM Furniture Kota Semarang adalah cukup baik, yang didasarkan pada penilaian responden sebanyak 69,1%, menyatakan cukup baik terhadap keunggulan bersaing produk UKM Furniture Kota Semarang. Artinya, responden kurang memahami cara meraih keunggulan bersaing dengan tidak memiliki produk atau metode produksi yang unik. Dan cenderung lebih ingin bersaing dengan harga.
4. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, secara simultan orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi UKM Furniture Kota Semarang.

#### Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi UKM Furniture Kota Semarang.

1. Pengrajin perlu meningkatkan pemahaman akan orientasi pasar dalam menghadapi persaingan. Hal ini bisa dilakukan dengan mengikuti pelatihan-pelatihan dari pihak-pihak yang kompeten.
2. Pengrajin perlu meningkatkan inovasi yang dimiliki untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan agar menghasilkan produk yang lebih baik sehingga meningkatkan keunggulan bersaing produk. Peningkatan inovasi dapat dilakukan melalui mengikuti pelatihan atau dapat juga menyelenggarakan pelatihan dengan lembaga-lembaga terkait agar dapat menggali ide untuk lebih kreatif dan inovatif. Pengrajin juga perlu aktif mencari informasi

mengenai produk agar desain tidak ketinggalan dengan selera pasar yang sedang berkembang karena konsumen furnitur sangat mengutamakan desain dalam pemilihan produk.

3. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing produk, pengrajin perlu lebih mengangkat keunikan dan kekhasan furnitur Kota Semarang agar tidak ketinggalan dari kota lain dengan menampilkan ciri khusus untuk diaplikasikan pada produk yang dibuat. Dan tidak hanya bersaing pada level harga saja.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, Teresa M. (1996). "Assesing The Work Environment For Creativity". *Academy of Management Journal*. p.1154-1184.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Bandung : Rineka Cipta.
- Astuti, Sih Darmi dan Widiatmoko, J. 2003. "Profil Usaha Kecil Menengah (UKM) di Jawa Tengah". *Jurnal Fokus Ekonomi Volume 2 Nomor 3*, pp:215-228
- Ayyagari, M., Beck, T., and A. Demirgüç-Kunt, 2003. "Small and Medium Enterprises across the Globe" *World Bank Working Paper WPS2127*.
- Daellenbach, S. Ursh., Anne M McCarthy, Timorothy S. Schoenecker (1999), *Commitment to Innovation : The Impact of Top Management Team Characteristic, R&D Management*, 29,3, pp. 693-716
- Gaspersz, V. 2001. *Analisis Tingkat Produktivitas Industri Manufaktur di Indonesia Periode 1990-1998*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan (JEP)*, Volume 6 (Nomor 2). pp. 105-121.
- Gozhali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip.
- Hadjimonalis, Anthanasios., Keith Dickson (2000), *Innovation Strategies of SMEs in Cyprus, A Small Developing Country*, *International Small Business Journal* . 18,4, pp. 62-79
- Hamel, G., and C. K. Prahalad. 1994. *Competing For the Future*. Boston : Harvard Business Scholl Press.
- Husain Umar.2002. *Strategi Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka
- Husain Umar.2003. *Strategi Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka
- Hutabarat,Tito.2008.*Kewirausahaan,Bisnis.com*<http://bisnisekonomi.com/wpcontent/uploads/2008/12/kewirausahaan.pdf>. diakses 15 April 2012
- Khaerul Mundakir Indarmoko, 2000, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Industri Kecil (Studi kasus pada sentra industri keramik di Banjarnegara, Tesis, (tidak dipublikasikan)*. UGM.
- Meike Supranoto. 2009. "Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Perusahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Skripsi
- Prakosa, Bagas, 2005, "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang)", *Journal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 2 No.1
- Shilling, M.A. 2005. *Strategic Management of technological Innovation*. New York: Mcgraw-Hill
- Sugiyono.2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Thong, JamesY. L (1999), *An Integrated Model of Information System Adoption in Small Business*, *Journal of Management Information System*, 15, 4, pp. 187-214
- Winardi. 2003. *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Zimmerer W. Thomas Et al (1996) *Entrepreneurship and The New Venture Formation*, New Jersey: prentice Hall Inc.