

PENGARUH INOVASI DAN *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION* TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM DI KOTA MAKASSAR

Nurul Fadilah Aswar*¹, M. Ikhwan Maulana Haeruddin², Ilma Wulansari Hasdiansa³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar

e-mail: *nurul.fadilah.aswar@unm.ac.id

Abstrak

Keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Salah satu tugas terpenting mereka dalam pertumbuhan ekonomi adalah menghidupkan kembali dinamika ekonomi. Meskipun UMKM telah terbukti memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, bukan berarti UMKM tidak menghadapi berbagai tantangan dan keterbatasan dalam berbisnis. Inovasi dan *Entrepreneurial orientation* diperlukan agar bisnis tetap relevan dengan konsumen, dan beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi dapat membantu UMKM tumbuh dan mampu mengidentifikasi peluang baru dan membuat kombinasi baru dari sumber daya yang dimiliki. Penelitian ini merupakan penelitian conclusive research design yang menggunakan single cross-sectional sebagai metode pengambilan data dengan cara survei. Metode pengambilan sampel adalah metode non-probabilitas dan teknik purposive sampling. Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Maximum Likelihood. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing bagi UMKM di Kota Makassar. (2) *Entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kota Makassar.

Kata kunci : Inovasi, *Entrepreneurial Orientation*, Keunggulan Bersaing, UMKM

Abstract

Abstract should end with a comment about the importance of the results or conclusions brief. The existence of micro, small and medium enterprises (MSMEs) plays an important role in economic growth. One of their most important tasks in economic growth is to revive economic dynamics. Even though MSMEs have been proven to have a strategic role in the Indonesian economy, it does not mean that MSMEs do not face various challenges and limitations in doing business. Innovation and Entrepreneurial orientation are necessary for businesses to remain relevant to consumers, and several studies have also shown that innovation can help MSMEs grow and be able to identify new opportunities and make new combinations of their resources. This research is a conclusive research design that uses a single cross-sectional as a data collection method by means of a survey. The sampling method is a non-probability method and purposive sampling technique. The estimation method used in this research is Maximum Likelihood. This study uses the method of regression analysis to measure the influence of the independent variables on the dependent variable. The results of this study indicate that (1) Innovation has a positive and significant effect on competitive advantage for MSMEs in Makassar City. (2) Entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on the competitive advantage of MSMEs in Makassar City.

Keywords : Innovation, *Entrepreneurial Orientation*, Competitive Advantage, SMEs

PENDAHULUAN

UMKM dianggap sebagai kegiatan perdagangan oleh masyarakat kelas menengah yang menimbulkan efek penguatan ekonomi lokal. Keberadaan UMKM di Indonesia dituntut untuk semakin kreatif dan dapat mempergunakan setiap kesempatan untuk lebih

maju lagi terutama dalam memasuki era globalisasi seperti ini. Adanya persaingan yang semakin tajam juga menuntut UMKM agar terus menerus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan untuk lebih sempurna dan menarik, sehingga mampu bersaing di pasar dan dapat memuaskan para konsumen. Untuk dapat mencapai keberhasilan suatu produk haruslah menggunakan suatu strategi yang tepat, karena hal ini akan dapat menjamin kelangsungan hidup UMKM dan merupakan salah satu langkah dalam rangka berusaha menguasai pasar seluas-luasnya agar mampu memperoleh profit yang maksimal. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah unit UMKM kini mencapai 64,19 juta unit. UMKM dapat menyerap 97 persen tenaga kerja dan menghasilkan 61,97 persen produk domestik bruto (PDB) Indonesia serta menyerap hingga 60,4 persen dari total investasi. Posisi ini tentunya membuktikan bahwa UKM memiliki potensi untuk menjadi wadah pemberdayaan masyarakat dan penggerak dinamika ekonomi Indonesia.

Meskipun UMKM telah terbukti memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, bukan berarti UMKM tidak menghadapi berbagai tantangan dan keterbatasan dalam berbisnis. Pertumbuhan UMKM dinilai belum optimal karena terkendala oleh berbagai kendala mulai dari infrastruktur hingga KUR yang belum terealisasi hingga beban pajak yang harus ditanggung. Bertambahnya jumlah UKM bukan karena keinginan pengusaha UMKM untuk berbisnis, tetapi karena kurangnya lapangan pekerjaan. Dengan demikian, tujuan bisnis utama mereka hanya sebatas profitabilitas, bukan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan (*sustainability*).

UMKM dinilai sulit berkembang dan tidak bisa bersaing dengan produk dari negara lain karena masalah permodalan yang tidak mencukupi. Padahal, permasalahan yang dihadapi UMKM tidak selalu berkaitan dengan masalah permodalan. Salah satu hal yang dapat dilakukan UMKM untuk mengatasi masalah permodalan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan usaha adalah dengan melakukan inovasi. Inovasi diperlukan agar bisnis tetap relevan dengan konsumen, dan beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi dapat membantu UMKM tumbuh. Inovasi yang dilakukan UMKM dikatakan memiliki kemampuan untuk memulai perubahan struktur kehidupan ekonomi dan masyarakat. Terciptanya inovasi itu sendiri tentunya terkait dengan pelaku, proses dan sumber daya yang menciptakan inovasi itu sendiri. Kewirausahaan adalah suatu proses dimana seorang wirausaha menciptakan inovasi. Pengusaha dipandang sebagai pencipta bisnis baru, mampu melihat peluang baru dan menciptakan kombinasi sumber daya baru. Beberapa penelitian telah menyebutkan bahwa UMKM membutuhkan inovasi untuk mencapai daya saing (Bessant, 1999), mendapatkan keunggulan teknologi dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Lee, 1998). Pertumbuhan berkelanjutan dalam penjualan, dianggap sebagai suatu kriteria penentu keberhasilan yang dapat diandalkan dalam UMKM (Laurence, 2001; O’Gorman, 2001; Watson et al., 1988). Mempertahankan pertumbuhan dalam jangka panjang merupakan suatu hal yang sulit (Goold, 1999).

Seorang *Entrepreneurship* bukan hanya sekedar orang yang menjalankan bisnis, tetapi bagaimana mereka memulai dan mengembangkan bisnisnya dengan pengelolaan resiko yang baik. Tambunan (1999) mengemukakan bahwa pemilik usaha kecil yang memiliki nilai-nilai *Entrepreneurial* seperti kreativitas, integritas, prestasi memiliki kemungkinan lebih besar untuk memiliki kinerja yang unggul dalam mengelola organisasi dibanding pemilik usaha yang tidak memilikinya (Mohd Noor et al., 2010). *Entrepreneur* merupakan pencipta bisnis baru, yang mampu mengidentifikasi peluang baru dan membuat kombinasi baru dari sumber daya yang dimiliki. Perusahaan harus

membawa perubahan dalam dirinya sendiri karena tidak mungkin untuk mencapai pertumbuhan dalam jangka panjang tanpa perubahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian *conclusive research design* dengan jenis deskriptif yang menggunakan *single cross-sectional* sebagai metode pengambilan data dengan cara survei. *Conclusive research design* dilakukan oleh peneliti untuk membantu dalam mengambil keputusan dalam menentukan, evaluasi dan pengambilan keputusan yang tepat untuk suatu kondisi. Sedangkan *single cross-sectional* merupakan design penelitian yang menggunakan pengumpulan data atau informasi dimana data yang diambil dari satu sampel responden mampu menggambarkan satu target populasi (Malhotra, 2009).

Populasi dari penelitian ini adalah UMKM yang terlibat pada acara SMES AND FINANCING EXPO 2022 yang digelar oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-probabilitas*. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan cara judgement untuk memilih sampel yang representatif dari populasi (*purposive sampling*). Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Maximum Likelihood* dimana minimal 5 (lima) responden per variabel teramati akan mencukupi untuk distribusi normal (Bentler dan Chou, 1987 dalam Wijanto, 2008). Maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah 5 x 20 pertanyaan yaitu 100 reponden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner dilakukan pada pameran SMES AND FINANCING EXPO 2022 digelar oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar di Atrium Mall Phinisi Point, Jalan Metro Tanjung Bunga Maccini Sombala, Kota Makassar yang dilaksanakan selama 3 hari dan responden yang mampu diperoleh adalah sebanyak 100 responden dari 20 UMKM.

Hasil uji validitas variabel dapat dilihat melalui pengujian *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA), dimana instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai KMO > 0,50 dan *Bartlett's Test of Sphericity* memiliki nilai < 0,05 (Malhotra, 2009).

Tabel 1. Pengujian Validitas Variabel

No.	Variabel Penelitian	<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure Sampling of Adequacy</i> (KMO-MSA)	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>		Ket
			<i>Approx. Chi-Square</i>	Sig.	
1.	Inovasi	0.660	81.026	0.000	Valid
2.	<i>Entrepreneurial Orientation</i>	0.684	86.664	0.000	Valid

Sumber: SPSS 23.0, 2020 (Diolah)

Berdasarkan tabel pengujian validitas variabel diatas nilai KMO-MSA pada setiap variabel Inovasi dan *Entrepreneurial Orientation* memenuhi persyaratan sehingga dinyatakan valid. Menurut Hair et al., (2006) bahwa jika nilai dari KMO-MSA > 0,5 maka mengindikasikan sebagai variabel yang pantas/valid. Sedangkan *Bartlett's Test of Sphericity* dengan nilai Sig. < 0,05 berarti ada korelasi yang signifikan antar komponen pada setiap variabel.

Tabel 2. Uji Validitas Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Factor	Ket.
Inovasi (I)	I.1	0.855	Valid
	I.2	0.704	Valid
	I.3	0.881	Valid
Entrepreneurial Orientation (E)	E.1	0.788	Valid
	E.2	0.860	Valid
	E.3	0.877	valid
Keunggulan Bersaing (KB)	PB.1	0.908	Valid
	PB.2	0.899	Valid
	PB.3	0.911	valid

Sumber: SPSS 23.0, 2020 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa seluruh variable variable memiliki loading 64variable > 0.50, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variable variable valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama (Malhotra, 2009). Instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabilitas apabila nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach Alpha	Ket.
Inovasi	0.778	Reliabel
Entrepreneurial Orientation	0.782	Reliabel
Keunggulan Bersaing UMKM	0.933	Reliabel

Sumber: SPSS 23.0, 2020 (Diolah)

Hasil uji menunjukkan nilai koefisien 64variable alpha lebih besar dibandingkan 0,60, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap item dalam penelitian ini reliabel.

Pada penelitian ini terdapat 2 (empat) model analisis regresi sederhana dan 1 (satu) analisis regresi berganda yang dilakukan pada 64variable inovasi dan entrepreneurial orientation terhadap 64variable keunggulan bersaing UMKM di Kota Makassar.

Analisis regresi sederhana dilakukan pada variable inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kedua variable tersebut.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R-Square	Adj. R-Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.486	.480	.889322
a. Predictors: (Constant), INOV				

Sumber: SPSS 23.0, 2022 (diolah)

Hasil analisis data menjelaskan menunjukkan korelasi antara variabel inovasi dengan variabel keunggulan bersaing UMKM sebesar 67,2%. Besaran nilai R-Square menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing UMKM dapat dijelaskan oleh variabel inovasi sebesar 48,6%, sisanya sebesar 51,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 5. ANOVA^b

Model	<i>Sum of Squared</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.	
1	<i>Regression</i>	21.336	1	21.336	24.112	.000 ^a
	<i>Residual</i>	80.669	98	.812		
	Total	102.005	99			
a. Predictors: (Constant), INOV						
b. Dependent Variable, PB						

Sumber: SPSS 23.0, 2022 (diolah)

Tabel 5 menunjukkan nilai Fhitung sebesar 24,112 > Ftabel 3,937 dan memiliki nilai signifikansi 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variable inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kota Makassar.

Analisis regresi sederhana dilakukan pada variable entrepreneurial orientation terhadap keunggulan bersaing untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kedua variable tersebut.

Tabel 4 Model Summary

Model	R	R-Square	Adj. R-Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 ^a	.442	.244	.877251
a. Predictors: (Constant), INOV				

Sumber: SPSS 23.0, 2022 (diolah)

Hasil analisis data menjelaskan menunjukkan korelasi antara 65variable inovasi dengan 65variable keunggulan bersaing sebesar 61,8%. Besaran nilai R-Square menunjukkan bahwa 65variable keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh 65variable entrepreneurial orientation sebesar 44,2%, sisanya sebesar 55,8% dapat dijelaskan oleh 65variable lain di luar penelitian ini.

Tabel 6 ANOVA^b

Model	<i>Sum of Squared</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.	
1	<i>Regression</i>	20.446	1	20.206	23.268	.000 ^a
	<i>Residual</i>	81.559	98	.801		
	Total	102.005	99			
a. Predictors: (Constant), ENT						
b. Dependent Variable, PB						

Sumber: SPSS 23.0, 2022 (diolah)

Tabel 6 menunjukkan nilai Fhitung sebesar 23,268 > Ftabel 3,937 dan memiliki nilai signifikansi 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel entrepreneurial orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kota Makassar.

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 7 Model Summary

Model	R	R-Square	Adj. R-Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.537	.504	.859241

a. Predictors: (Constant), INOV, ENT

Sumber: SPSS 23.0, 2022 (diolah)

Hasil analisis data menjelaskan menunjukkan korelasi antara variabel inovasi dan *entrepreneurial orientation* dengan variabel keunggulan bersaing sebesar 70,1%. Besaran nilai R-Square menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel inovasi dan *entrepreneurial orientation* sebesar 53,7%, sisanya sebesar 46,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 8 ANOVA^b

Model	Sum of Squared	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	37.127	2	12.776	16.868	.000 ^a
	Residual	65.878	97	.671		
	Total	102.005	99			

a. Predictors: (Constant), INOV, ENT
b. Dependent Variable, PB

Sumber: SPSS 23.0, 2022 (diolah)

Tabel 8 menunjukkan nilai Fhitung sebesar 16,868 > Ftabel 3,089 dan memiliki nilai signifikansi 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi dan *entrepreneurial orientation* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kota Makassar.

Tabel 9 Coefficients Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.592	2.185		7.015	.000
	INOV	.445	.092	.462	4.218	.000
	ENT	.382	.081	.389	4.002	.000

Sumber: SPSS 23.0, 2022 (diolah)

Berdasarkan tabel 9 diatas maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 15,592 + 0,445INOV + 0,382ENT + e$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 15,592, artinya jika besaran variabel inovasi dan *entrepreneurial orientation* diasumsikan sama dengan 0 (Nol) maka keunggulan bersaing UMKM sebesar 15,592. Variabel Inovasi memiliki nilai koefisien regresi yang positif 0,445 yang berarti bahwa apabila variabel inovasi dinaikkan 1 (satu) maka akan menambah keunggulan bersaing UMKM sebesar 0,445. Sedangkan Variabel *entrepreneurial orientation* memiliki nilai koefisien regresi yang positif 0,382 yang berarti bahwa apabila variabel *entrepreneurial orientation* dinaikkan 1 (satu) maka akan menambah keunggulan bersaing UMKM sebesar 0,382.

Selanjutnya dilakukan uji koefisien parsial (uji t-) pengaruh variabel inovasi dan *entrepreneurial orientation* terhadap keunggulan bersaing UMKM. Berdasarkan hasil uji parsial diketahui variabel Inovasi memiliki nilai thitung 4,218 > ttabel 1.661 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0.05. Hal tersebut berarti bahwa inovasi berpengaruh

secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM. Sedangkan hasil uji parsial diketahui variabel *entrepreneurial orientation* memiliki nilai thitung $4,002 > t_{tabel} 1.661$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0.05$. Hal tersebut berarti bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM.

KESIMPULAN

Hasil analisis data diatas menunjukkan bahwa inovasi secara signifikan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kota Makassar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Acs & Audretsch (1987) dan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Karina (2013). Di Kota makassar, konsep inovasi pada UMKM sudah cukup banyak diterapkan seperti pembenahan produk, keterlibatan dalam pameran, pemanfaatan teknologi dan peningkatan kualitas layanan. Akan tetapi masih terdapat faktor-faktor yang menjadi penghambat. Terpusatnya ide-ide pada pemimpin dalam hal ini adalah pemilik bisnis atau manajemen tingkat atas menjadi salah satu faktor penghambat dalam mengembangkan dan menerapkan ide-ide baru bergantung karena hanya pada satu atau beberapa orang saja. Pemilik bisnis juga tidak menjadikan pendidikan, pengalaman dan keterampilan karyawan sebagai prioritas utama dalam mempekerjakan karyawan sehingga dalam mengaplikasikan inovasi karyawan yang mereka miliki belum mampu merealisasikan ide-ide baru yang diberikan.

SARAN

Variabel *entrepreneurial orientation* juga secara signifikan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan bagi UMKM di Kota Makassar. Hal ini sejalan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Penrose (1995). Berbagai dukungan pemerintah seperti menggelar pameran dan pelatihan-pelatihan bagi UMKM di Kota Makassar. Melalui kegiatan tersebut UMKM tidak hanya dapat memasarkan produk mereka dan menambah wawasan tapi juga dapat lebih mendekatkan diri dengan konsumen dan mempelajari berbagai inovasi dan pengetahuan dari UMKM lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M. Kwartono. (2007). Analisis Usaha Kecil dan Menengah , Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ahmad Ifham, Avin F. Helmi. (2002). Hubungan Kecerdasan Emosi dengan Kewirausahaan pada Mahasiswa. Universitas Gadjah Mada. Jurnal Online.
- Ahmed, Pervaiz K, & Shepherd, Charles D. (2010). Innovation Management. New. Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bessant, J. (1999) 'The Rise and Fall of Super net: a Case Study of Technology Transfer Policy for Smaller Firms', Centre For Research and Innovation Management, UK
- Bharadwaj, Sundar G, P.R.Varadarajan, & Fahly, Jihn. (1993). "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions". Journal of Marketing. Vol.57,Oktober,p.83-99.
- Cantillon, Richard. Essai Sur La Nature Du Commerce En General. (1755). Paris: Institut Coppet.
- Dhewanto, W. (2014). Manajemen Inovasi : Peluang Sukses Menghadapi Perubahan. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.

- Freeman. 2004. Stakeholder Theory and the Corporate Objective Revisited”. Organization Science. Vo. 15 No.3.
- Goold, M. (1996) ‘The growth imperative’, Long Range Planning, 32(1), pp. 127- 129.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. Jurnal Bisnis & Manajemen, 17(2), 51–68.
- Hisrich, R. D., M. P. Peters, & D. A. Shepherd. (2008). Entrepreneurship. Jakarta: Salemba Empat.
- Hudson, M., Smart, A. and Bourne, M. (2001). “Theory and practice in SME performance measurement systems”, International Journal of Operations & Production Management, Vol. 21 No. 8, pp. 1096 – 115.
- Larsen, P., & Lewis, A. (2007). How award-winning SMEs manage the barriers to innovation. Creativity and Innovation Management, 16(2) , 142 – 151.
- Laurence, G. (2001). Fast growth: How to attain it, how to sustain it, Kaplan Professional Company, Chicago
- Lee, K.R. (1998) The Sources of Capital Goods Innovation: The Role of User Firms in Japan and Korea, Amsterdam: Harwood Academic Publishers
- Lumpkin, G T., and Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. Academy of Management Review, 21(1): 135-172.
- Malhotra, Naresh K. (2009). Riset Pemasaran, Edisi ke-empat. Jakarta: Indeks
- Mohd Noor, M. S., Peou, C., & Ali, J. (2010). Moderating effect of government policy on entrepreneurship and growth performance of small-medium enterprises in cambodia. International Journal of Business and Management Science, 3(1), 57-72.
- O’Gorman, C. (2001) ‘The sustainability of growth in small- and medium-sized enterprises’, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 7 (2), pp. 60-75.
- Porter, Michael E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. The MacMillan Press Ltd.
- Sarwono, J. (2012).Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan Prosedur SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Watson, K., Hogart-Scott, S. and Wilson, N. (1998). “Small business start-ups: success factors and support implications”, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 4 No. 3, pp. 35-41.
- Wijanto, Setyo Hari. (2008). “Structural Equation Model dengan LISREL 8.8.” Yogyakarta: Graha Ilmu.