

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KINERJA BISNIS LAUNDRY DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI INTERVENING

Rahman Dwiyatma^{1)*}, Sigit Indrawijaya²⁾

¹⁾PNS Pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Tebo

²⁾Program Magister Manajemen FEB Universitas Jambi

Email korespondensi : Rahmandwiyatma89@gmail.com^{1)*}, sigit_indra@unja.ac.id²⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh hubungan Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Pelayanan, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Bisnis, khususnya dalam lingkup industri laundry yang ada di Desa Sungai Duren, Desa Mendalo Indah dan Desa Mendalo Darat. Fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji sejauh mana Orientasi Kewirausahaan dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kinerja Bisnis melalui fungsi mediasi Keunggulan Bersaing di dalam konteks bisnis laundry. Metode penelitian bersifat kuantitatif dengan mengumpulkan data survei dari sejumlah sampel usaha laundry yang berjumlah 41 responden berdasarkan jumlah laundry yang ada di objek penelitian. Pendekatan analisis yang digunakan melibatkan pemodelan persamaan struktural untuk mengevaluasi dampak secara langsung maupun tidak langsung antara variabel-variabel yang terlibat menggunakan SEM PLS 4.2. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing yang mengindikasikan bahwa bisnis dengan tingkat Orientasi Kewirausahaan yang tinggi lebih mungkin mencapai keunggulan kompetitif. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Bisnis. Keunggulan Bersaing dapat memediasi Orientasi Kewirausahaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Bisnis laundry, hal ini menegaskan mengembangkan pola pikir kewirausahaan dan memberikan layanan berkualitas tinggi merupakan langkah penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja keseluruhan bisnis laundry di Desa Sungai Duren, Desa Mendalo Indah dan Desa Mendalo Darat.

Kata Kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Pelayanan, Keunggulan Bersaing, Kinerja Bisnis*

Abstract

The study aims to examine the influence of the relationship between Entrepreneurial Orientation, Service Quality, Competitive Advantage, and Business Performance, specifically within the scope of the laundry industry in Sungai Duren Village, Mendalo Indah Village and Mendalo Darat Village. The focus of this research is to examine the extent to which Entrepreneurial Orientation and Service Quality affect Business Performance through the mediating function of Competitive Advantage in the context of the laundry business. The research method is quantitative by collecting survey data from a sample of 41 laundry businesses based on the number of laundries in the research object. The analytical approach used involves structural equation modelling to evaluate the direct and indirect impacts between the variables involved using SEM PLS 4.2. The results showed a positive and significant effect of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage indicating that businesses with high levels of Entrepreneurial Orientation are more likely to achieve competitive advantage. Service Quality has a positive influence on Competitive Advantage and Business Performance. Competitive Advantage can mediate

Entrepreneurial Orientation, and Service Quality on laundry Business Performance, this confirms developing an entrepreneurial mindset and providing high quality services are important steps to increase competitive advantage, which in turn will affect the overall performance of laundry businesses in Sungai Duren Village, Mendalo Indah Village and Mendalo Darat Village.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Service Quality, Competitive Advantage, Business Performance*

1. LATAR BELAKANG

UMKM kerap menghadapi sejumlah tantangan, terutama terkait akses terhadap modal, teknologi, dan pasar. Kendala dalam hal sumber daya dan skala bisnis dapat menjadi hambatan untuk potensi pertumbuhan UMKM. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendampingan bisnis juga dapat menghambat peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM. Dalam sektor industri laundry, dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat seiring dengan kemajuan teknologi, perubahan tren konsumen, dan tuntutan terhadap kualitas pelayanan. Implementasi inovasi dan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci penting bagi UMKM di sektor ini untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

Sebagai *entrepreneur* yang memegang peran krusial dalam mengelola bisnisnya, tentu akan dihadapkan pada berbagai tantangan di masa mendatang. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai orientasi kewirausahaan menjadi suatu kebutuhan esensial dalam membentuk perilaku yang sejalan dengan jiwa seorang wirausahawan. Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu metode, praktik, dan proses pengambilan keputusan yang mengarahkan suatu bisnis untuk memasuki pasar baru, mencerminkan kecenderungan individu untuk berinovasi, bersifat proaktif, dan berani mengambil risiko guna meningkatkan kinerja perusahaan (Aulia dkk., 2019).

Orientasi kewirausahaan menjadi faktor kunci dalam menghadapi dinamika pasar yang berubah dengan cepat. Pemahaman terhadap peluang-peluang baru, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan beradaptasi menjadi elemen kritis dalam menjaga daya saing. Dengan adanya orientasi kewirausahaan yang kuat, Bisnis Laundry dapat lebih responsif terhadap perubahan tren dan kebutuhan pelanggan, membuka peluang baru, serta meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam penyediaan layanan laundry.

Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung lebih memilih penyedia layanan yang memberikan pengalaman positif dan memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas pelayanan dapat menjadi strategi penting bagi Bisnis Laundry untuk membangun loyalitas pelanggan dan membedakan dirinya dari pesaing di pasar.

Keunggulan bersaing menjadi jembatan yang menghubungkan orientasi kewirausahaan, kualitas pelayanan, dan kinerja Bisnis Laundry. Dalam konteks ini, keunggulan bersaing diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai tambah yang unik dan superior, sehingga dapat menarik pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar. Keunggulan bersaing perusahaan tercermin dari hasil strategi yang diterapkan, memungkinkan perusahaan untuk menghemat biaya dan memberikan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya (Pattipeilohy, 2018). Dalam konteks ini, keberlanjutan bisnis menjadi rentan terhadap risiko kebangkrutan, terutama ketika produk mengalami penurunan minat konsumen, munculnya produk substitusi, atau ketika bersaing dengan usaha baru yang memiliki keunggulan lebih dari bisnis yang telah

lama berdiri. Fenomena ini dapat menyebabkan perubahan konsumen menuju produk baru, dan bisnis yang tidak dapat bersaing secara efektif dapat menghadapi kesulitan.

Usaha-usaha laundry mencakup berbagai skala, mulai dari yang memiliki jumlah konsumen di bawah 1,000 hingga yang mencapai lebih dari 2,000. Pendapatan per bulan juga dikelompokkan dalam tiga kategori yaitu kurang dari 5 juta, 5-10 juta, dan lebih dari 10 juta. Hal ini mencerminkan keragaman pasar laundry dengan beberapa usaha yang melayani segmen konsumen dengan pendapatan rendah, sedang, dan tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh langsung orientasi kewirausahaan dan kualitas pelayanan terhadap kinerja Bisnis Laundry yang ada di kecamatan Jambi Luar Kota dengan batas wilayah yaitu Desa Mendalo Indah, Mendalo Darat serta Desa Sungai Duren hal ini dikarenakan tiga desa ini dekat dengan dua perguruan tinggi terbesar di Jambi yaitu Universitas Jambi dan Universitas Islam Sultan Taha Sainfudin Jambi, serta bagaimana keunggulan bersaing berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja Bisnis Laundry di tiga desa tersebut, dengan keunggulan bersaing sebagai variabel yang dapat diintervensi untuk mencapai hasil yang optimal. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam konteks strategi bisnis, pemasaran, dan manajemen kualitas layanan di industri jasa laundry.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Istilah "kewirausahaan" berasal dari gabungan kata "wira" dan "usaha". "Wira" mengacu pada individu yang merupakan pejuang, manusia unggul, panutan, serta memiliki karakter yang berbudi luhur, berani, dan mulia. Sementara "usaha" merujuk pada kegiatan amal, bekerja, dan tindakan untuk mencapai sesuatu (Darmanto, 2018). Kewirausahaan diartikan sebagai keterampilan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar dan sumber daya untuk mengejar peluang guna mencapai kesuksesan. Kewirausahaan dianggap sebagai pionir dalam mencapai pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang sangat kompetitif bagi perusahaan (Merakati, 2017).

Orang yang terlibat dalam kegiatan wirausaha biasanya disebut sebagai wirausahawan. Orientasi kewirausahaan mencakup metode, praktik, serta pengambilan keputusan yang mengarahkan bisnis untuk memasuki pasar baru, mencerminkan kecenderungan individu untuk berinovasi, bersikap proaktif, atau bersedia mengambil risiko untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Aulia dkk, 2019). Selain itu, orientasi kewirausahaan perusahaan berkembang menjadi sumber daya dan kapabilitas yang memberikan keunggulan bersaing dan kinerja unggul (Silviasih, 2016). Di sisi lain, orientasi kewirausahaan juga diartikan sebagai proses, praktik, dan aktivitas yang memanfaatkan inovasi produk, pengambilan keputusan, serta upaya proaktif untuk mengatasi pesaing (Jayaningrum, 2018).

Kualitas Pelayanan

Menurut Saleh (2010), kualitas pelayanan adalah hasil yang diharapkan dari tindakan yang dilakukan. Namun, agar hasil tersebut dapat diterima dengan baik oleh konsumen, tindakan tersebut harus memiliki dampak positif yang dapat dirasakan dan diingat oleh konsumen. Hal ini akan menyebabkan konsumen lebih aktif dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Sirine Hani (2017) kualitas pelayanan adalah tindakan yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Tindakan ini tidak hanya berupa kata-kata, tetapi juga dapat dirasakan. Pada dasarnya, pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan oleh penjual

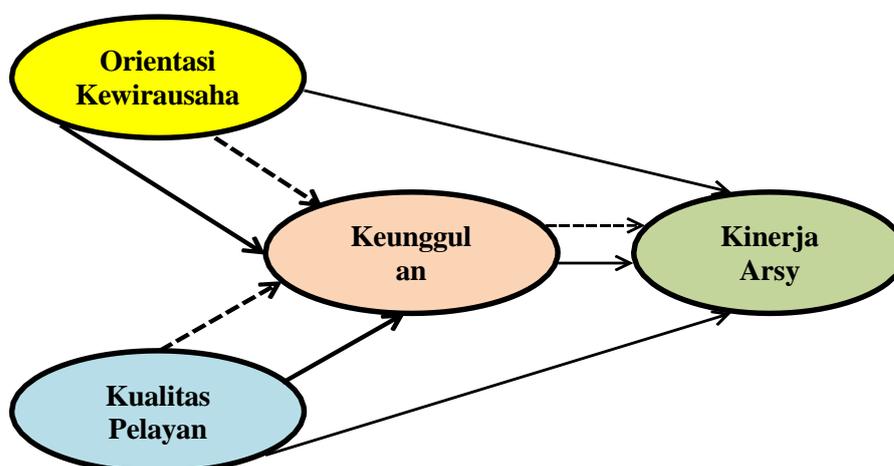
untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuan dari tindakan tersebut adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing memiliki peran khusus bagi setiap perusahaan sebagai identitasnya dalam memberikan penawaran terbaik kepada pelanggan dan sebagai keunggulan yang dimiliki dalam menghadapi persaingan pasar. Istilah "keunggulan kompetitif" merujuk pada nilai yang diperoleh perusahaan melalui penerapan strategi, yaitu nilai yang lebih besar dan penghematan biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya (Pattipeilohy, 2018). Selain itu, manfaat strategis dari kolaborasi bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih efektif di pasarnya juga dianggap sebagai bentuk keunggulan kompetitif (Hanfan, 2019). Dalam konteks lain, keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimanfaatkan oleh organisasi atau perusahaan untuk bersaing atau memperoleh sesuatu dari organisasi atau perusahaan lain (Darmanto dkk, 2018).

Kerangka Pemikiran

Orientasi kewirausahaan menjadi faktor kunci dalam menghadapi dinamika pasar yang



Gambar 1 Model Penelitian

Hipotesis

1. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja Bisnis Laundry
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja Bisnis Laundry
3. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif terhadap kinerja Bisnis Laundry
4. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing
5. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing
6. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja Bisnis Laundry yang dimediasi oleh keunggulan bersaing
7. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja Bisnis Laundry yang dimediasi oleh keunggulan bersaing

3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang dilaksanakan dalam kajian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dianggap sebagai metode ilmiah atau ilmiah karena mematuhi prinsip-prinsip ilmiah yang bersifat konkret atau empiris, objektif, dapat diukur, rasional, dan sistematis (Sekaran & Bougie, 2016). Desain penelitian yang diterapkan adalah desain

penelitian korelasional, di mana peneliti bertujuan untuk menyelidiki hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Pemilihan desain penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian, yakni untuk menguji Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kualitas pelayanan Terhadap Kinerja Bisnis Laundry Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang merupakan suatu metode penelitian yang bersandar pada paradigma positivistik (data yang bersifat konkret). Data penelitian diwakili oleh angka-angka yang akan diukur menggunakan metode statistik sebagai alat uji penghitungan, terkait dengan permasalahan yang diselidiki untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Penelitian ini mengandalkan data primer, yang merupakan jenis data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber utama melalui berbagai metode seperti wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Dalam hal ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengelola atau pemilik Bisnis Laundry yang ada di Kecamatan Jambi Luar Kota (Desa Mendalo Indah, Mendalo Darat dan Sungai Duren).

Populasi dan Sampel

Sekaran & Bougie (2016) menyampaikan bahwa populasi dapat diartikan sebagai suatu domain generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diinvestigasi dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, populasi tidak hanya terbatas pada individu, tetapi juga mencakup objek dan elemen alam lainnya. Populasi juga bukan hanya mencakup jumlah individu pada objek dan subjek yang diteliti, melainkan melibatkan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian sensus dengan menggunakan seluruh populasi yang ada, berdasarkan hasil surevei yang telah dilakukan jumlah Bisnis laundry yang ada di wilayah penelitian berjumlah 41 Laundry.

Metode Pengumpulan data

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) tujuan studi itu ada eksploratif atau deskriptif, pengujian hipotesis (analitis dan prediktif), dan analisis studi kasus. Jenis Investigasi dalam penelitian ini yaitu studi korelasi (*correlation study*) yang dilakukan untuk menjawab fenomena yang terjadi, karena ingin mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel. Dalam penelitian ini menggunakan studi lapangan (*field study*) karena data berupa hasil kuisisioner yang diberikan kepada konsumen Bisnis laundry sebagai responden untuk melihat pengaruh orientasi kewirausahaan, kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing terhadap kinerja Bisnis laundry.

Metode Analisis Data

Kegiatan penelitian setelah data dari seluruh sumber data terkumpul adalah melakukan analisis data. Metode analisis adalah proses mencari menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data, mentabulasi data, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif dengan menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, persamaan regresi, koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing metode yang digunakan:

Structural Equation Modeling (SEM) Dengan PLS

Penelitian ini menggunakan analisis data Partial Least Square (PLS) yang dikembangkan pertama kali oleh Herman O.A.Wold di tahun 1979. Partial Least Square atau disingkat PLS merupakan jenis SEM yang berbasis komponen dengan sifat konstruk formatif. Partial Least Square (PLS) adalah teknik analisis yang powerful karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak perlu banyak asumsi, dan ukuran sampel sampel pun tidak harus besar. Walaupun PLS digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten (prediction), PLS juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori.

Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut *inner model*. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variabel merepresentasikan variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk. Variabel laten yang dibentuk dalam PLS-SEM, indikatornya dapat berbentuk reflektif maupun formatif. Indikator reflektif atau sering disebut dengan Mode A merupakan indikator yang bersifat manifestasi terhadap konstruk dan sesuai dengan classical test theory yang mengasumsikan bahwa variance di dalam pengukuran skor variabel laten merupakan fungsi dari true score ditambah dengan error. Sedangkan indikator formatif atau biasa disebut Mode B merupakan indikator yang bersifat mendefinisikan karakteristik atau menjelaskan konstruk.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Keseluruhan indikator dari variabel Orientasi Kewirausahaan memperoleh total skor rata-rata 166,42 yang menandakan variabel Orientasi Kewirausahaan dalam kriteria skor berada dalam rentang skala 139,41 – 172,2 dengan kategori baik. Dari 12 indikator tersebut rata-rata tertinggi diperoleh oleh indikator “Aktif dalam mencari ide tentang produk atau proses bisnis yang baru” dengan total skor 177 dalam kategori sangat baik. Sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh indikator “Saya bersedia untuk menanggung kemungkinan terjadinya kerugian materi dalam bekerja” dengan total skor 150 dalam kategori baik.

Keseluruhan indikator dari variabel kepuasan pelayanan memperoleh total skor rata-rata 175 yang menandakan variabel kepuasan pelayanan dalam kriteria skor berada dalam rentang skala 2 172,21 - 205 dengan kategori sangat baik. Dari 13 indikator tersebut rata-rata tertinggi diperoleh oleh indikator “Laundry saya memiliki kemudahan untuk dihubungi.” dengan total skor 286 dalam kategori sangat baik. Sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh indikator “Sifat dan Sikap karyawan Laundry saya dapat meyakinkan konsumen” dengan total skor 166 dalam kategori baik.

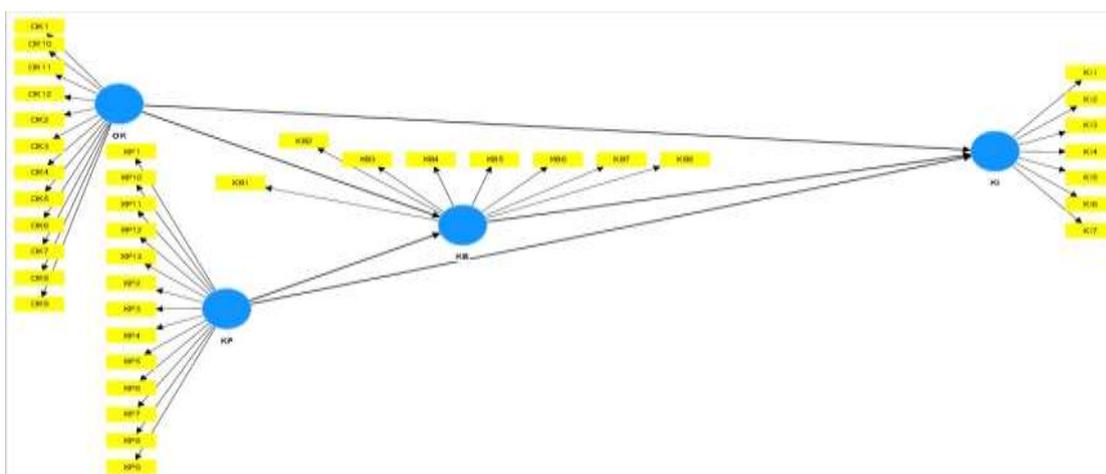
Keseluruhan indikator dari variabel keunggulan bersaing memperoleh total skor rata-rata 175 yang menandakan variabel keunggulan bersaing dalam kriteria skor berada dalam rentang skala 172,21 – 205 dengan kategori sangat baik. Dari 8 indikator tersebut rata-rata tertinggi diperoleh oleh indikator “Kualitas layanan laundry saya lebih tinggi, namun harga layanan sama dengan kompetitor” dengan total skor 183 dalam kategori sangat baik. Sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh indikator “Laundry Saya Memiliki ciri khas tersendiri” dengan total skor 161 dalam kategori baik.

Keseluruhan indikator dari variabel kinerja bisnis memperoleh total skor rata-rata 180 yang menandakan variabel kinerja bisnis dalam kriteria skor berada dalam rentang skala 172,21 – 205 dengan kategori sangat baik. Dari 7 indikator tersebut rata-rata tertinggi diperoleh oleh indikator “Penjualan yang dilakukan sudah mencapai target yang telah ditetapkan” dengan total skor 188 dalam kategori sangat baik. Sedangkan rata-rata terendah diperoleh oleh indikator “Bisnis laundry yang dijalankan telah mencapai target profit yang telah ditetapkan” dengan total skor 166 dalam kategori baik.

Metode SmartPLS

Model Pengukuran Outer Models

Metodel SmartPLS versi 4 digunakan dalam mengukur semua indikator dalam penelitian ini. Dalam model pengujian yang akan dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari variabel laten yang memiliki indikator yang bersifat reflektif.



Gambar 1 Model Penelitian

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) dilakukan dengan melakukan pengujian dari uji validitas yang terdiri dari *convergen validity* dan *discriminant* validitas dan uji reliabilitas dengan melakukan penilaian dari composite reability.

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji kedua outer loading semua nilai indicator telah memiliki nilai diatas 0,7 artinya indicator dalam penelitian ini sudah Valid. Penilaian selanjutnya adalah Penilaian *convergent validity* menggunakan penilaian *average variance extracted* (AVE) dengan kriteria penilaian variabel laten harus memiliki nilai AVE datas 0.50 yang akan dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 1. Uji Validitas dan Relibelitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kepuasan Pelayanan	0.952	0.958	0.959	0.700
Keunggulan Bersaing	0.932	0.934	0.947	0.747
Kinerja Bisnis	0.930	0.935	0.943	0.704
Orientasi Kewirausahaan	0.958	0.967	0.963	0.684

Sumber: data diolah, 2023 (smart PLS)

Berdasarkan Tabel 4.10 menandakan bahwa semua uji model terkait indikator telah terpenuhi mulai dari uji Cronbach's alpha, Composite reliability (ρ_a), Composite reliability (ρ_c) dan Average variance extracted (AVE).

Model Pengukuran (*Inner Model*)

Analisis model struktural (*inner model*) dilakukan dalam *partial least square* yang menghasilkan nilai pengaruh dari variabel yang mempengaruhi variabel laten. Penilaian untuk melakukan analisis dari model struktural yaitu dengan melihat nilai R-square dan Nilai F-Square.

a. Nilai *R-Square*

Penilaian *R-Square* adalah ukuran proporsi nilai dari variabel dipengaruhi yang mampu dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya. *R-square* dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai dari variabel dependen hal ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya.

Tabel 2. R-Square

	R-square	R-square adjusted
Keunggulan Bersaing	0.753	0.740
Kinerja Bisnis	0.880	0.870

Sumber: Output Smart PLS 4.2

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat nilai R-Square dari variabel Orientasi Kewirausahaan dan Kepuasan Pelayanan (independen) terhadap kinerja Bisnis Laundry di Kecamatan Jaluko di mediasi oleh variable Keunggulan Besaing, dimana nilai r-square dari variabel kinerja Bisnis Laundry di Kecamatan Jaluko 0,870 artinya Orientasi Kewirausahaan dan Kepuasan Pelayanan serta variable Keunggulan Besaing mampu menjelaskan 87% dari kinerja Bisnis Laundry di Kecamatan Jaluko dan sisanya dipengaruhi variabel yang lainya. nilai *r-square* variabel Keunggulan Bersaing sebesar 0,740 artinya Orientasi Kewirausahaan dan Kepuasan Pelayanan mampu menjelaskan 74% dari Keunggulan Bersaing sisanya dijelaskan oleh variabel lainya. dapat disimpulkan bahwa hasil uji inner model dari variabel Keunggulan Bersaing dan kinerja Bisnis Laundry di Kecamatan Jaluko termasuk kategori model yang “sangat kuat”.

b. Nilai F-Square

Nilai F-square untuk mengukur pengaruh perubahan nilai R-square ketika indikator tertentu dihilangkan apakah memiliki dampak substantif. Menurut *Rule of thumb* untuk menilai nilai *f-square* adalah 0.02 (nilai efek kecil), 0.15 (nilai efek sedang), dan 0.3 (nilai efek besar) apabila nilai kurang dari 0.02 menunjukkan bahwa variabel tidak mempunyai efek atau pengaruh sama sekali.

Tabel 3 F-Square

	Kepuasan Pelayanan	Keunggulan Bersaing	Kinerja Bisnis
Kepuasan Pelayanan		1.244	0.490
Keunggulan Bersaing			0.725
Kinerja Bisnis			
Orientasi Kewirausahaan		0.379	0.314

Sumber: Output Smart PLS 4.2

Berdasarkan table 3 dapat disimpulkan bahwa varibel kepuasan pelayanan dan Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kinerja Bisnis dan Keunggulan Bersaing karena memiliki nilai f-square berada diatas 0,3.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak

langsung antara variabel satu dengan variabel lainnya dari hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya dengan menghitung bootstrapping caranya dengan melihat path coefficients dari masing-masing hipotesis dengan melihat nilai T- Statistik.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Tabel 4 Uji Hipotesis (Direct Effect)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Kepuasan Pelayanan -> Keunggulan Bersaing	1.093	1.019	0.261	4.181	0.000
Kepuasan Pelayanan -> Kinerja Bisnis	0.446	0.397	0.216	2.064	0.039
Keunggulan Bersaing -> Kinerja Bisnis	0.594	0.586	0.164	3.614	0.000
Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing	0.275	0.229	0.268	2.026	0.030
Orientasi Kewirausahaan -> Kinerja Bisnis	0.085	0.032	0.165	2.514	0.007

Sumber: Output Smart PLS 4.2

Berdasarkan tabel 4. dapat disimpulkan bahwa :

1. Kepuasan Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing hal ini karena nilai koefisien (orginal sample) bernilai 1,093 dan dilihat dari *p-value* bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,05
2. Kepuasan Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis hal ini karena nilai koefisien (orginal sample) bernilai 0,446 dan dilihat dari *p-value* bernilai 0,039 lebih kecil dari 0,05.
3. Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis hal ini karena nilai koefisien (orginal sample) bernilai 0.594 dan dilihat dari *p-value* bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,05.
4. Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing hal ini karena nilai koefisien (orginal sample) bernilai 0,275 dan dilihat dari *p-value* bernilai 0,030 lebih kecil dari 0,05
5. Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis Laundry hal ini karena nilai koefisien (orginal sample) bernilai 0,085 dan dilihat dari *p-value* bernilai 0,007 lebih kecil dari 0,05

Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Analisis pengaruh tidak langsung untuk menilai Hipotesis yang memediasi antar variabel yang dilakukan dengan penilaian *indirect effect*.

Tabel 5. Indirect Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing -> KinerjaBisnis	0.163	0.158	0.168	2.072	0.033
Kepuasan Pelayanan -> Keunggulan Bersaing -> Kinerja Bisnis	0.649	0.622	0.258	2.520	0.012

Sumber: Output Smart PLS 4.2

Berdasarkan hasil uji indirect effect diperoleh hasil:

1. Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing -> Kinerja Bisnis berpengaruh positif signifikan
2. Kepuasan Pelayanan -> Keunggulan Bersaing -> Kinerja Bisnis berpengaruh positif

signifikan.

Pembahasan

Kepuasan Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menemukan bahwa hubungan Kepuasan Pelayanan dan Keunggulan Bersaing di konteks industri layanan laundry memiliki hubungan positif signifikan dengan Nilai koefisien sebesar 1,093 pada sampel asli menunjukkan sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan. Hasil ini mencerminkan besarnya dampak variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel keunggulan bersaing, menandakan pentingnya fokus pada pelayanan pelanggan sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing. Pengaruh positif ini mencerminkan pentingnya menjaga dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Penelitian empiris oleh Rust dan Zahorik (2020) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan bukan hanya berkaitan dengan harapan pelanggan yang terpenuhi tetapi juga dengan bagaimana perusahaan mampu memberikan layanan yang melebihi ekspektasi. Dalam konteks ini, perusahaan yang berhasil memberikan pengalaman pelanggan yang luar biasa memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan citra positif dan reputasi yang mendukung keunggulan bersaing. Pentingnya menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk mencapai keunggulan bersaing, dan sejalan dengan arus literatur dan pemikiran manajemen strategis yang menekankan pentingnya orientasi pelanggan dalam mencapai keberhasilan bisnis jangka panjang

Kepuasan Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis

Penelitian ini menemukan bahwa Kepuasan Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Dengan nilai koefisien sebesar 1,093 pada sampel asli, penelitian ini menyoroti korelasi positif yang kuat antara kepuasan pelanggan terhadap layanan dan kinerja bisnis suatu perusahaan. Lebih lanjut, nilai p-value yang signifikan (0,000, lebih kecil dari 0,05) memberikan dasar statistik yang kuat.

Hasil penelitian ini konsisten dengan kerangka konseptual literatur yang telah ada. Teori nilai pelanggan, yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk (2018), menekankan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi positif terhadap produk atau layanan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pelanggan yang puas cenderung lebih setia, memberikan rekomendasi, dan secara keseluruhan memberikan kontribusi positif terhadap kinerja bisnis (Olivia, 2019; Robert, 2018).

Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis

Penelitian ini menemukan bahwa Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis, dengan koefisien sebesar 0,594 pada sampel asli, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil membangun dan memelihara keunggulan bersaing cenderung memiliki kinerja bisnis yang lebih baik. Signifikansi temuan ini diperkuat oleh nilai p-value yang rendah, yakni 0,000, lebih kecil dari ambang batas 0,05, memberikan validitas statistik yang kuat.

Hasil penelitian ini konsisten dengan kerangka konseptual literatur terdahulu, terutama dengan teori keunggulan bersaing yang dikemukakan oleh Michael Porter (1985). Teori ini menekankan pentingnya bagi perusahaan untuk mengembangkan keunggulan bersaing yang dapat menciptakan nilai tambah yang unik atau biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaingnya. Penelitian sebelumnya juga telah mengindikasikan bahwa

keunggulan bersaing berperan sentral dalam meningkatkan kinerja bisnis jangka panjang (Barney, 1991).

Penelitian memberikan padangan kepada pemimpin atau pemilik bisnis laundry di kawasan mendalo tentang strategi pengembangan dan pemanfaatan keunggulan bersaing. Strategi bisnis yang difokuskan pada inovasi produk atau layanan, diferensiasi yang kuat, dan efisiensi operasional dapat menjadi kunci untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing yang berdampak positif pada kinerja bisnis laundry di Mendalo. Pemahaman bahwa pengembangan dan pemanfaatan keunggulan bersaing berkontribusi pada kinerja bisnis dapat menjadi dasar untuk mengarahkan strategi dan keputusan bisnis yang lebih efektif. Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, keunggulan bersaing dapat menjadi pembeda kritis untuk sukses jangka panjang.

Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing

Penelitian ini menemukan bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan nilai koefisien sebesar 0,275 pada sampel asli, temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung memiliki keunggulan bersaing yang lebih baik. Validitas statistik temuan ini diperkuat oleh p-value yang rendah, yaitu 0,030, lebih kecil dari ambang batas 0,05.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep-konsep dalam literatur akademis tentang kewirausahaan dan keunggulan bersaing. Orientasi Kewirausahaan mencakup kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengeksploitasi peluang baru, menciptakan inovasi, dan memiliki keberanian untuk mengambil risiko (Shane & Venkataraman, 2018). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan yang kuat dapat menjadi pendorong utama keunggulan bersaing (Lumpkin & Dess, 2021).

Mengintegrasikan orientasi kewirausahaan ke dalam strategi bisnis dapat membantu perusahaan atau bisnis untuk tetap relevan dan berdaya saing dalam menghadapi tantangan pasar yang terus berkembang. Pemilik laundry dapat melakukan upaya untuk meningkatkan keunggulan bersaing dalam konteks bisnis yang berubah dengan cepat orientasi kewirausahaan yang kuat dapat menjadi kunci untuk memenangkan persaingan dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis Laundry

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Bisnis Laundry. Dalam konteks ini, nilai koefisien sebesar 0,085 pada sampel asli menunjukkan bahwa tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi dalam operasional bisnis Laundry berhubungan positif dengan peningkatan kinerja bisnis. Lebih lanjut, nilai p-value sebesar 0,007. Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian yang menunjukkan bahwa kewirausahaan dapat berkontribusi secara positif terhadap kinerja bisnis (Robert dkk 2019). Orientasi kewirausahaan yang kuat dapat menjadi pendorong utama keberhasilan bisnis Laundry dalam mencapai tujuan keuangan dan non-keuangan

Hasil penelitian oleh Rauch, Wiklund, Lumpkin, dan Frese (2019) juga memperkuat argumen bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis, khususnya melalui dampak positifnya pada penciptaan nilai tambah. Pengambilan risiko yang terukur, seperti yang diidentifikasi dalam studi ini, terkait dengan peluang bisnis yang lebih besar dan pencapaian hasil finansial yang lebih baik.

Selain itu, studi empiris oleh Covin dan Slevin (2021) menyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan perusahaan. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti inovasi, kecenderungan berpikir proaktif, dan keberanian dalam menghadapi ketidakpastian, perusahaan memiliki kecenderungan mencapai kinerja yang lebih unggul, terutama dalam pertumbuhan penjualan dan perolehan laba.

Keunggulan Bersaing dapat memediasi hubungan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis

Penelitian ini menemukan bahwa Keunggulan Bersaing dapat memediasi hubungan antara Orientasi Kewirausahaan. Hasil ini merujuk pada peran keunggulan bersaing sebagai perantara antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis Laundry.

Orientasi Kewirausahaan dapat mendorong proses inovasi dan pengembangan strategi yang unik. Konsep ini mendukung hasil penelitian sebelumnya bahwa bisnis dengan orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih inovatif dan mampu mengidentifikasi peluang unik di pasar (Shane & Venkataraman, 2020; Dahmiri et al, 2024).

Hasil penelitian ini menyoroti bahwa pentingnya pengelolaan keunggulan bersaing. Bisnis laundry perlu aktif dalam mengidentifikasi, mengembangkan, dan memelihara keunggulan bersaing untuk memastikan dampak positifnya pada kinerja bisnis. Pengelolaan ini sesuai dengan konsep-konsep dalam literatur manajemen strategis (Peteraf, 2018). Keunggulan Bersaing dapat memediasi hubungan antara Orientasi Kewirausahaan menguatkan gagasan bahwa orientasi kewirausahaan bukan hanya berdampak langsung pada kinerja bisnis, tetapi juga melalui penciptaan dan pemeliharaan keunggulan bersaing. Hal ini menambah wawasan teoritis dan praktis tentang cara orientasi kewirausahaan dapat memainkan peran kunci dalam membentuk keunggulan bersaing dan, akhirnya, meningkatkan kinerja bisnis.

Keunggulan Bersaing memediasi hubungan antara Kepuasan Pelayanan dan Kinerja Bisnis

Pengaruh Positif Kepuasan Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan bersaing suatu perusahaan (Zeithaml, dkk 2018). Kepuasan pelanggan menciptakan dasar yang kuat untuk pembentukan keunggulan bersaing, termasuk loyalitas pelanggan, rekomendasi, dan persepsi positif terhadap merek.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki korelasi positif dengan kinerja bisnis (Porter, 1985). Keunggulan bersaing tidak hanya menciptakan diferensiasi di pasar tetapi juga dapat meningkatkan profitabilitas dan pertumbuhan bisnis. Hasil penelitian ini menyoroti bahwa pengelolaan keunggulan bersaing untuk mencapai dampak yang optimal pada kinerja bisnis dengan melibatkan pelanggan, dan memantau pasar secara cermat dapat memastikan bahwa keunggulan tersebut dikelola secara efektif. Keunggulan bersaing tidak hanya merupakan hasil langsung dari kepuasan pelanggan tetapi juga berfungsi sebagai perantara penting yang membawa dampak positif ke dalam kinerja bisnis. Hal ini menggarisbawahi kompleksitas dan pentingnya strategi manajemen yang terintegrasi untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi, membangun keunggulan bersaing, dan pada gilirannya, meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja Bisnis Laundry

2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja Bisnis Laundry
3. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja Bisnis Laundry
4. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing
5. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing
6. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja Bisnis Laundry yang dimediasi oleh keunggulan bersaing
7. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja Bisnis Laundry yang dimediasi oleh keunggulan bersaing

Saran

Meningkatkan orientasi kewirausahaan dalam strategi bisnis laundry dapat menjadi kunci untuk menciptakan keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja bisnis. Pemimpin laundry sebaiknya mendorong budaya kewirausahaan, inovasi, dan kreativitas di antara karyawan untuk menjaga daya saing.

Fokus pada peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif pada keunggulan bersaing dan kinerja bisnis. Program pelatihan untuk karyawan, umpan balik pelanggan, dan pemantauan kualitas layanan secara terus-menerus dapat membantu meningkatkan pengalaman pelanggan.

Pemilik laundry perlu secara aktif mengidentifikasi dan memelihara faktor-faktor yang memberikan keunggulan bersaing, seperti inovasi produk, efisiensi operasional, atau strategi pemasaran yang efektif. Mengidentifikasi keunggulan bersaing yang unik dan mempertahankannya dapat menjadi strategi kunci.

Pemimpin laundry dapat mempertimbangkan dimensi kewirausahaan dalam pengembangan strategi bisnis jangka panjang. Pemahaman mendalam tentang aspek-aspek kewirausahaan yang relevan dengan industri laundry dapat membantu merancang strategi yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar.

Pemilik laundry dapat merancang dan menerapkan model bisnis berkelanjutan untuk menciptakan keunggulan bersaing jangka panjang sambil mendukung tujuan keberlanjutan. Inisiatif seperti efisiensi energi, manajemen limbah, atau penggunaan bahan ramah lingkungan dapat memberikan dampak positif pada citra perusahaan dan kinerja bisnis.

Mengukur dan memantau kinerja secara berkala melalui indikator-indikator yang relevan dapat membantu perusahaan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan atau peningkatan. Pemantauan ini juga dapat membantu mengukur dampak dari perubahan strategi atau kebijakan yang diterapkan.

Melibatkan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, dan pemilik bisnis, dalam proses pengambilan keputusan dapat meningkatkan pemahaman tentang harapan dan kebutuhan mereka. Ini dapat memperkuat hubungan dan meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Mengeksplorasi diversifikasi layanan dalam industri laundry, seperti layanan tambahan atau paket yang lebih kompleks, dapat menjadi strategi untuk meningkatkan nilai tambah dan diferensiasi. Ini juga dapat memberikan peluang untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih positif.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. 2019. Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui

- Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 20 No.1. 20 November 2020. <http://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Renika Cipta. Jakarta.
- Apriliani O. DR. A. 2018. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Empiris UMKM Batako Kecamatan Kepil Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNISIQ*, 5(1), pp. 61-71. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i1.450>. Diakses pada 5 Februari 2021.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur. *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Lampung Timur Menurut Lapangan Usaha 2015-2019*. Lampung Timur: Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur, 2020
- Dahmiri, D., Junaidi, J., Johannes, J., Yacob, S., & Indrawijaya, S. (2024). The impact of market orientation on marketing performance: exploring the moderating role of competitive advantage. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 164-174.
- Darmanto., Wardaya, F.X.S., & Sulistyani, L. 2018. *Strategi Orientasi Pemasaran dan Kinerja Organisasi UMKM*. Deepublish. Hal.94.
- Dewi, Ni M. P & Ekawati. Ni W. 2017. Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E- Journal Manajemen Unud*. Vol. 6. No. 9. 8 Maret 2021. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/31676>.
- Digdowiseiso, K. 2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional. Jakarta.
- Hidayat., C. 2015. Pengukuran Orientasi Pasar Pada Jenis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Binus Business Review*. Vol 6 No 2.
- Hanfan., A. & Gunistiyo. 2019. *Manajemen Pemasaran Membangun Kinerja Pemasaran UMKM*. Indonesian Research Society (IRS). Semarang.
- Hartanty, I. T, Ratnawati. A. 2013. Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing. *EKOBIS*. Vol. 14, No.2.
- Haryanto. A. T., Dewi. S. N., & Triono. BRM. S. 2019. Pemasaran dan keunggulan Bersaing (Studi Perusahaan Finance di Wonogiri). *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*. Vol. 7 No. 2.
- Jayaningrum. E. & Sanawiri. B. 2018. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Kuliner Kafe Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 54 No.1.
- Manaming. A., Mandey. S., & Tielung. M. V.J. 2018. Analisis Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Kuliner Tinutuan di Manado). *Jurnal EMBA*. Vol. 6 No. 4.
- Meryana, E. (28 Maret 2012). Tiga Hal Yang Membuat UMKM Tahan Krisis. <https://amp.kompas.com/ekonomi/read/2012/03/28/1109374/Tiga.Hal.Yang.Buat.UMKM.Tahan.Krisis>. Diakses 7 Maret 2020.
- Merakati, I., Rusdarti., & Wahyono. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Of Economic Education*. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec/article/view/19297>.
- Mustika, D.A., Wahyuni. S., & Widodo. J. 2018. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Pada Sentra Industri Kerajinan kayu Kelurahan Tanggung Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol

13 No. 2. E-ISSN 25487175.

- Narastika, A.A.,R., & Yasa, N.,N.,K. 2017. Peran Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 7 No. 1. 8 maret 2021. <http://jurnal.unmas.ac.id/index.php/JUIMA/article/view/639>.
- Nuvriasari., A., Wicaksono. G., & Sumiyarsih. 2012. Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja UKM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 19 No. 2.
- Oktavinus, Zaid. S., & Yusuf., H. 2019. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut di Wakotabi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Vol.5 No. 2. ISSN : 2443-1850.
- Pattipeolohy, V. R. 2018. Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing : Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*. Vol.7 No.1. <https://doi.org/10.31959/jm.v7i1.78>. Diakses pada 16 September 2020.
- Pertiwi.,Y.,D & Siswoyo.,B.,B. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Kripik Buah Di Kota Batu.
- Prambaudy. K. & Astuti. M. 2019. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 4 No.1.
- Ranto, D.W.P. 2016. Pengaruh Orinetasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner Di Yogyakarta. *JMBA*.Vol 3 No.2 . <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/45>. Diakses pada 15 Desember 2020.
- Samsul. H., Arifin. R., & ABS. khoirul. M. 2017. Vol. 06 No.02 <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/438>. Diakses pada 24 Februari 2021.
- Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kauantitatif & Kualitatif*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Setiawan, H. 2012. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*. Edisi-II, h: 12-19.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Press. Malang.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kauntitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Wirawan, Y.R. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Equilibrium*. Vol. 5 No.1. Hal 56-69. 22 November 2020. <http://doi.org/10.25273/equilibrium.v5i1.1006>
- Zulkarnain, M. & Mukarramah. 2019. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 7 No.2. 16 September 2020. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1675>