

Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Tempe Bagusari Di Lumajang

Aprilia Trisna Nugroho¹, Hartono², Noviansyah Rizal³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email: aprilialtrisna11@gmail.com¹

Email: hartono.wiga234@gmail.com²

Email: noviansyah.rizal@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 3

Nomor 3

Bulan Maret

Tahun 2021

Halaman 174-180

ABSTRAK

Pemasaran merupakan proses yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan dan memperoleh keuntungan dengan menciptakan dan bertukar produk dengan pihak lain maupun menyalurkan produk atau jasa mulai dari produsen hingga ke tangan konsumen. Demikian maka, pemasaran selalu berorientasi pada bagaimana cara menciptakan barang dan jasa agar dapat memberikan nilai kepuasan konsumen sehingga berminat untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Selanjutnya, untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dari para pelaku sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling yakni accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 44 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kemudian variabel orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

Marketing is a process carried out to meet needs and gain profits by creating and exchanging products with other parties or distributing products or services from producers to consumers. Thus, marketing is always oriented to how to create goods and services in order to provide value to customer satisfaction so that they are interested in buying the products and services offered. This study aims to determine the effect of market orientation and entrepreneurial orientation on competitive advantage at the Bagusari tempe industrial center in Lumajang. Furthermore, to find out which variables have the most influence on competitive advantage at the Bagusari tempe industrial center in Lumajang. The method used in this study is a quantitative method. The data obtained in this study were obtained from the perpetrators of the Bagusari tempe industrial center in Lumajang. Determination of the sample in this study using non-probability sampling that is accidental sampling with the number of respondents as many as 44 respondents. The data in this study were obtained by distributing questionnaires which were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study indicate that the market orientation variable does not have a significant positive effect on competitive advantage. Then the entrepreneurial orientation variable has a significant positive effect on competitive advantage.

Keywords: *Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, Competitive Advantage.*

PENDAHULUAN

Sentra industri merupakan salah satu penggerak perekonomian di Indonesia. Sentra industri dapat diartikan sebagai pusat kegiatan industri pengolahan yang dilengkapi dengan sarana, prasarana dan fasilitas penunjang lainnya yang disediakan dan dikelola oleh perusahaan di sentra industri tersebut. Peranan sentra industri telah terbukti dapat membantu pemerintah dalam pemerataan dan menekan angka tingkat kemiskinan. Salah satu cara untuk meningkatkan sentra industri adalah dengan cara mengembangkan industri kecil.

Pengembangan sentra industri membutuhkan pelatihan yang digunakan untuk meningkatkan daya saing pasar dan mengembangkan produk yang dimiliki. Maka dengan adanya hal tersebut, pemerintah selaku fasilitator perlu melakukan berbagai pelatihan guna meningkatkan sumber daya yang dimiliki sentra industri. Sentra industri dituntut harus mampu meningkatkan hasil produk dengan menstabilkan mutu produknya. Semakin berkembangnya sentra industri ini semakin banyak pula usaha sejenis yang bermunculan. Hal ini mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang kompetitif. Dengan adanya persaingan, sentra industri dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam. Hal tersebut membuat sentra industri harus menetapkan strategi yang tepat guna menjaga pemasaran produknya. Selain itu, setiap sentra industri memiliki keinginan untuk lebih unggul dari sentra industri lain. Kunci persaingan terletak pada kemampuan sentra industri untuk menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dapat menghasilkan implementasi strategi yang tidak dapat diimplementasikan oleh pesaing.

Keunggulan bersaing adalah sebuah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan cara menawarkan nilai lebih kepada konsumen (Kotler & Armstrong, 2014:547). Keahlian dan aset yang unik dipandang sebagai sumber daya dari keunggulan bersaing. Kemampuan dalam mengembangkan keahlian karyawannya dengan baik akan menjadikan sentra industri tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan sulit ditiru oleh sentra industri lain. Aset atau sumber daya unik merupakan sumber daya nyata yang diperlukan sentra industri guna menjalankan strateginya. Untuk mencapai keunggulan bersaing yang kompetitif, orientasi pasar merupakan suatu hal yang penting bagi sentra industri sejalan dengan meningkatnya persaingan dan perubahan pada kebutuhan konsumen.

Orientasi pasar adalah ukuran aktivitas dan perilaku manusia yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran (Tjiptono & Chandra, 2017:37). Teori tersebut sejalan dengan penelitian T. Suryaningsih & T. Nurawalin, (2019), Helia et al., (2015), Medhika et al., (2018), Paulus & Wardhani, (2018), Alihusna et al., (2019) dengan hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Namun berbanding terbalik dengan penelitian Rini et al., (2011) menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penerapan orientasi pasar yang tepat akan menambah nilai unggul bagi sentra industri tersebut. Orientasi pasar yang berdasar pada kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar dijadikan sentra industri sebagai budaya organisasi. Dengan melakukan strategi perencanaan pemasaran yang berorientasi pasar, maka sentra industri lebih mudah mencapai tujuan yang diinginkan dengan sumber daya yang dimiliki.

Selain orientasi pasar, orientasi kewirausahaan juga sangat diperlukan dalam strategi pemasaran guna mencapai keunggulan bersaing. Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki agar mampu melakukan strategi dalam berwirausaha sehingga memperoleh keunggulan yang kompetitif (Suci, 2017:80). Teori tersebut sejalan dengan penelitian Syukron & Ngatno, (2016), Suharto & Subagja, (2018), Pratono et al., (2019), Rahmadi et al., (2020) yang hasilnya menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Sentra industri dengan orientasi kewirausahaan yang baik akan menjadi sentra industri yang lebih inovatif, memiliki kemampuan dalam mendukung kreatifitas, ide-ide baru dan eksperimen yang dapat menghasilkan produk baru. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disusun hipotesis yang pertama yaitu terdapat pengaruh orientasi pasar yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Hipotesis kedua yaitu terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Hipotesis ketiga yaitu terdapat pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang signifikan secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Dengan adanya hipotesis tersebut maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang menganalisis dan menguji nilai variabel penelitian dengan menggunakan metode statistik untuk mengetahui hubungan antar

variabel. Objek dalam penelitian ini meliputi variabel independen yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan serta variabel dependen yaitu keunggulan bersaing. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan data internal yang berasal dari pengisian kuesioner oleh responden yaitu pelaku sentra industri tempe Bagusari di Lumajang yang berjumlah 50 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling* sehingga didapatkan sampel sesuai kriteria yaitu sebanyak 44 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda serta beberapa pengujian yang dilakukan pada uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian pada pengujian asumsi klasik terdapat uji normalitas data, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya pengujian hipotesis terdapat uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil pengumpulan data sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia
Frekuensi Presentase (%)

Jenis Kelamin	
Laki-laki	33 75%
Perempuan	11 25%
Usia	
≤ 25 tahun	0 0%
26 – 30 tahun	0 0%
31 – 36 tahun	5 11,4%
37 – 41 tahun	17 38,6%
≥ 50 tahun	22 50%

Sumber: Hasil Olah Data 2021

Berdasarkan tabel 1. pada jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 44 responden, sebanyak 33 orang atau sebesar 75% berjenis kelamin laki-laki dan sisanya sebanyak 11 orang atau 25% berjenis kelamin perempuan. Dari data tersebut menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih dominan sebagai pelaku sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Berdasarkan hasil data yang mendominasi adalah yang berjenis kelamin laki-laki karena kaum laki-laki pada sentra industri Bagusari merupakan kepala keluarga yang bertugas mencari nafkah untuk keluarga.

Berdasarkan tabel 1. pada usia menunjukkan bahwa dari 44 responden, sebanyak 5 orang atau sebesar 11,4% berusia 31 – 36 tahun, sebanyak 17 orang atau sebesar 38,6% berusia 37 – 41 tahun dan sisanya sebanyak 22 orang atau sebesar 50% berusia ≥ 50 tahun. Dari data tersebut menunjukkan bahwa responden dengan usia ≥ 50 tahun lebih dominan sebagai pelaku industri tempe Bagusari di Lumajang. Pada usia ≥ 50 tahun lebih mendominasi karena produksi tempe banyak dikembangkan oleh usia pertengahan atau paruh baya dan sudah dilakukan serta dipertahankan selama bertahun-tahun.

Hasil Pengujian Instrumen

1. Hasil Pengujian Validitas

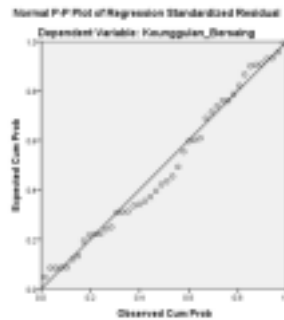
Berdasarkan hasil data rekapitulasi uji validitas dapat diketahui bahwa koefisien korelasi dari seluruh pernyataan yang terdiri dari masing-masing empat buah pernyataan untuk variabel orientasi pasar, empat buah pernyataan untuk variabel orientasi kewirausahaan, dan lima buah pernyataan untuk variabel keunggulan bersaing. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi, keseluruhan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari nilai $r_{minimum}$ (0,3). Dan dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang terdapat dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak sebagai instrumen penelitian karena dapat menggali data atau informasi yang dibutuhkan.

2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan hasil data rekapitulasi uji reliabilitas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* (α) untuk nilai orientasi pasar sebesar 0,763, untuk nilai orientasi kewirausahaan sebesar 0,797 dan untuk nilai keunggulan bersaing sebesar 0,848. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan pada kuesioner untuk mengukur masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan baik karena dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

1. Hasil Pengujian Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

Sumber: Hasil Olah data 2021

Berdasarkan gambar 1. dapat dilihat bahwa hasil dari uji normalitas data menunjukkan titik-titik menyebar pada garis dan mengikuti garis diagonal dengan pola distribusi normal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas data.

2. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Tabel 2. Hasil Pengujian Multikolinieritas

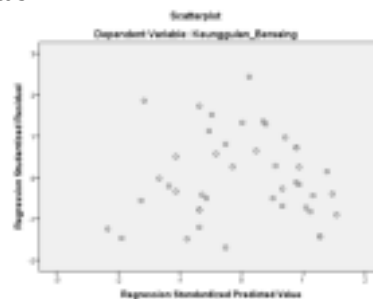
Variabel Tolerance VIF Keterangan

Orientasi Pasar (X_1) 0,823 1,214 Bebas Multikolinieritas Orientasi Kewirausahaan (X_2) 0,823 1,214

Bebas Multikolinieritas Sumber: Hasil Olah Data 2021

Berdasarkan tabel 2. dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel yang digunakan untuk model regresi nilai VIF cukup kecil dimana, seluruh nilainya < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak menunjukkan terjadinya gejala multikolinieritas. Hal tersebut berarti bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini merupakan variabel yang saling independen sehingga, dapat dilanjutkan ke dalam pengujian regresi linier berganda.

3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah data 2021

Berdasarkan gambar 2. menunjukkan bahwa hasil dari pengujian heteroskedastisitas tidak memperlihatkan adanya pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbukti bebas dari gejala heteroskedastisitas.

4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel B

(Constant) 3,505

OrientasiPasar 0,316

Orientasi Kewirausahaan 0,755

Sumber: Hasil Olah Data 2021

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa hasil analisis regresi linier berganda dengan variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,505 + 0,316X_1 + 0,755X_2$$

Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Uji t (Parsial)

Variabel Keterangan

t	Sig.
1,766	0,085

5,929	0,000
-------	-------

Orientasi Pasar Tidak Signifikan Orientasi Kewirausahaan Signifikan Sumber: Hasil Olah Data 2021

Hasil uji t (Parsial) pada variabel orientasi pasar menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,766 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2,01808 dengan nilai signifikan 0,085 yang lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh orientasi pasar yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang.

Hasil uji t (Parsial) pada variabel orientasi kewirausahaan menunjukkan nilai t_{hitung} orientasi kewirausahaan sebesar 5,929 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,01808 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Uji F (Simultan)

Variabel Sig.

F
28,586

Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan 0,000 Sumber: Hasil Olah Data 2021

Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 28,586 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,23 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang signifikan secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang.

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi pada nilai R square (R^2) sebesar 0,582 artinya, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dapat mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 58,2%. Sedangkan untuk sisanya ditunjukkan oleh nilai estimasi eror sebesar 41,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Contohnya, inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada suatu industri yang memiliki jenis produk sama dalam satu wilayah.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Orientasi pasar merupakan perilaku dan aktivitas konsumen yang mencerminkan sebuah implementasi konsep pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai barang dan jasa. Hasil tersebut mengarah pada deskripsi responden berdasarkan status pernikahan yang menunjukkan bahwa seluruh responden berstatus sudah menikah. Dapat dikatakan bahwa dengan adanya status yang sudah menikah para pelaku sentra industri membutuhkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut dilakukan dengan cara menjual tempe secara langsung kepada konsumen maupun melalui tengkulak. Para pelaku sentra industri menjadikan tempe sebagai mata pencaharian utama untuk menunjang hidup mereka. Pelaku sentra industri tempe Bagusari tidak berorientasi pasar untuk mencapai keunggulan bersaing karena mereka berpikir bahwa cukup berjualan tempe untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan tidak berusaha unggul dibandingkan dengan para pesaing dalam mencapai keunggulan bersaing. Hal tersebut menerangkan bahwa kemampuan para pelaku sentra industri tempe dalam menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pasar masih belum maksimal sehingga kesulitan dalam mencapai keunggulan bersaing. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Rini et al., (2011). Dimana sebagian besar pelaku sentra industri yang dijadikan responden memberikan tanggapan tidak setuju dan ragu-ragu terhadap variabel orientasi pasar.

2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan sentra industri dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dan bersaing secara efektif didalam *market place* yang sama. Hasil tersebut mengarah pada deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terakhir SLTA lebih dominan sebagai pelaku sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Pada tingkat pendidikan SLTA, pelaku sentra industri berpikir bahwa mereka membutuhkan orientasi kewirausahaan dalam mengembangkan usahanya. Seni dalam berwirausaha dapat dilakukan dengan menerapkan kreativitas dan inovasi serta memanfaatkan peluang didalam pasar. Selain itu, mempertahankan kualitas tempe yang diproduksi juga harus dilakukan dengan cara pemilihan bahan baku utama dengan memilih kedelai yang memiliki kualitas unggul dan menjaga kebersihan selama proses produksi. Kedua hal tersebut membuat tempe yang diproduksi menjadi produk unggul yang dapat bersaing dan

memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga pada akhirnya orientasi kewirausahaan sangat diperlukan bagi kelangsungan usaha para pelaku sentra industri tempe agar dapat bertahan dalam keunggulan bersaing. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Alihusna et al., (2019) dimana sebagian besar pelaku sentra industri yang dijadikan responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap variabel orientasi kewirausahaan.

3. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian simultan atau uji F ditemukan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing yang signifikan secara simultan pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Hasil tersebut menjelaskan bahwa untuk mencapai keunggulan bersaing yang kompetitif, sentra industri tempe memerlukan strategi orientasi pasar yang tepat dan orientasi kewirausahaan dengan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memperoleh keuntungan. Dapat diketahui bahwa orientasi pasar secara parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Namun, ketika diuji secara simultan dengan orientasi kewirausahaan yang secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing hasilnya menjadi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Hal ini dapat diartikan bahwa meskipun secara statistik orientasi pasar tidak berpengaruh, para pelaku sentra industri tetap mengembangkan produksi tempe dengan berorientasi pada pasar. Karena keinginan konsumen merupakan hal yang utama. Contohnya seperti, konsumen yang menginginkan tempe dengan kedelai lebih banyak atau tempe dengan campuran buah pepaya. Dalam hal *packaging* konsumen juga memiliki keinginan tersendiri seperti, menginginkan tempe yang dibungkus dengan pelepah pisang atau tempe yang dibungkus dengan plastik. Oleh karena itu, peningkatan orientasi pasar dan penerapan orientasi kewirausahaan sangat diperlukan agar mencapai keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Medhika et al., (2018). Dimana sebagian besar pelaku sentra industri yang dijadikan responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap variabel keunggulan bersaing.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa variabel, orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada sentra industri tempe Bagusari di Lumajang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alihusna, Palilati, A., & Juharsah. (2019). PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN (Effects of Market Orientation, Innovation, Entrepreneurship Orientation on Competitive Advantage and Marketing Performance). *JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi)*, 3(1), 235–247.
- Helia, R., Farida, N., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Journal Of Social And Political Of Science*, 1–10.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (12th edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Medhika, N. G. A. J., Giantari, I. G. A. K., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja UKM. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 183–195.
- Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery : peran orientasi pasar , orientasi kewirausahaan , dan inovasi produk Competitive advantage of cake and bakery business : the role of market orientation , entrepreneurship orientation and product innovation. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 88–96.
- Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudianto, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning. *Bottom Line*, 32(1), 2–15.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178.
- Rini, Listini, Maretha, F., & Pebrianti, Y. (2011). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA USAHA (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan di Kota Palembang). *Encyclopedic Dictionary of Polymers*, 1(1), 405–405.
- Suci, R. P. (2017). *Kajian Teoretis Tentang Strategi Bisnis dan Kinerja Berbasis Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan dan Manajemen*. Malang: CV. IRDH.
- Suharto, & Subagja, I. K. (2018). The Influence of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation to Competitive Advantage Through Business Innovation: Study on Batik Trusmi Cirebon West Java Province Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 8(1), 19–27.
- Syukron, M. Z., & Ngatno. (2016). PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM JENANG DI KABUPATEN KUDUS. 24–34.
- T, Suryaningsih., & Nurawalin, T. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Petani Ikan Lele Sistem Bioflok di Desa Sanan Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung. *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Petani Ikan Lele Sistem Bioflok Di Desa Sanan Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung*, 4(1), 9.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Straregik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing* (3rd ed). Yogyakarta: CV. Andi Offset.