

**PERAN ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
MELALUI INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
BATIK TULIS CELAKET DI MALANG**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

Oleh :

KAPSIR

22202081007



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2024

ABSTRAK

Di era globalisasi ini, persaingan industri semakin ketat dan tinggi. semua negara harus memiliki keunggulan kompetitif sebagai syarat mutlak. tidak hanya bersaing dengan kompetitor lokal akan tetapi juga harus bersaing dengan kompetitor asing yang sudah banyak masuk di industri dalam negeri. batik telah menjadi salah satu budaya yang secara turun temurun telah diwariskan oleh nenek moyang, dan pada tanggal 2 oktober 2009 UNESCO telah menetapkan batik indonesia sebagai *Intangible Cultural Heritage* (ICH) atau warisan budaya lisan dan non-bendawi. Batik tulis celaket merupakan batik malangan dengan motif yang unik dan khas menampilkan desain motif sesuai intuisi dan imajinasi seperti topeng, singa, bunga teratai. kemudian batik motif malang kucecwara misalnya, mempunyai komposisi perpaduan motif mulai mahkota, tugu malang, rumbai singa, arca, bunga teratai, hingga sulur. semua perpaduan gambar ini memunculkan filosofi makna terkait sejarah dan tradisi yang di anut kota malang. batik malang juga punya karakter yang khas baik dari sisi corak hingga ornamennya. seperti dibuat para pengrajin di batik tulis celaket di kota malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan melalui inovasi produk terhadap keunggulan bersaing batik tulis celaket di malang.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif pendekatan penelitian deskriptif. Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan melalui inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing batik tulis celaket di malang.

Kata Kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

In this era of globalization, industrial competition is increasingly tight and high. All countries must have competitive advantages as an absolute requirement. Not only competing with local competition but also having to compete with foreign competition which has entered the domestic industry. Batik has become a culture that has been passed down from generation to generation by ancestors, and on 2 October 2009 UNESCO has designated Indonesian batik as an intangible cultural heritage (ICH) or oral and intangible cultural heritage. Celaket written batik is Malangan batik with unique and distinctive motifs featuring motif designs according to intuition and imagination such as masks, lions, lotus flowers. Then the Malang Kececwara motif batik, for example, has a composition of a combination of motifs ranging from crowns, Malang monuments, lion tassels, statues, lotus flowers, to tendrils. All these combinations of images give rise to a philosophy of meaning related to the history and traditions that the city of Malang adheres to. Malang batik also has a distinctive character, both in terms of patterns and ornaments. Like those made by craftsmen at Celaket batik in Malang City.

The purpose of this research is to determine the role of market orientation and entrepreneurial orientation through product innovation on the competitive advantage of celaket batik in malang.

The analytical method used in this research is a quantitative descriptive research approach. Descriptive analysis is statistics used to analyze data by describing the data that has been collected as it is without intending to draw applicable conclusions For general or generalization.

The results of the research show that the role of market orientation and entrepreneurial orientation through product innovation influencess the competitive advantage of micro, small and medium sized batik celaket businesses in malang.

Keywords : Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, persaingan industri semakin ketat dan tinggi. Semua negara harus memiliki keunggulan kompetitif sebagai syarat mutlak. Tidak hanya bersaing dengan kompetitor lokal, tetapi juga harus bersaing dengan kompetitor asing yang sudah banyak masuk di industri dalam negeri. Negara berkembang seperti Indonesia ini tidak bisa hanya mengandalkan perusahaan besar saja sebagai motor penggerak, tetapi diperlukan pula keterlibatan dari yang lain yang memiliki peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, karena berkontribusinya terhadap pertumbuhan produk domestik bruto dan dalam menyerap banyak tenaga kerja (Tambunan, 2012).

Batik telah menjadi salah satu budaya yang secara turun temurun telah diwariskan oleh nenek moyang, dan Pada tanggal 2 oktober 2009 UNESCO telah menetapkan batik Indonesia sebagai *Intangible Cultural Heritage* (ICH) atau warisan budaya lisan dan non-bendawi. Tentunya UNESCO memiliki alasan dalam memberi pengakuan batik sebagai warisan kemanusiaan dan budaya. Mereka melihat teknik, simbolisme, dan budaya dalam pembuatan batik yang diwarnai menggunakan tangan pada bahan katun dan sutra telah menyatu dengan kehidupan rakyat Indonesia. Pada era orde baru, batik berkembang dengan pesat. Hal ini terlihat dari peminat batik yang digunakan dalam pakaian sehari-hari oleh masyarakat. Bahkan lingkungan pendidikan formal kala itu pernah menggunakan pakaian dari kain batik untuk proses belajar mengajar di sekolah-sekolah. Bagi pengrajin dan pengusaha batik mendapatkan keuntungan yang

tinggi sekaligus meningkatkan pendapatan taraf hidup mereka. Perkembangan batik tidak hanya di wilayah domestik akan tetapi juga merambah ke kanca dunia internasional. Batik merupakan pakaian yang digambar dan didesain unik yang mencerminkan kebudayaan yang dimiliki bangsa Indonesia sejak ratusan tahun silam (Marpaung, 2022).

Setiap kota di Indonesia memiliki batik sesuai dengan ciri khas masing-masing, begitu juga dengan daerah malang. Batik khas malang biasa disebut batik malangan karena semua inspirasi motifnya adalah semua yang ada di malang. Batik malangan memang belum sepopuler batik yang ada di daerah Jawa lainnya, namun keindahan batik malangan tidak kalah bagus dengan batik yang ada di daerah lain. Batik malangan memiliki corak batik yang khas dan unik. Peminat umumnya dari pengunjung luar daerah malang dan juga wisatawan mancanegara.

Selain itu juga dengan banyaknya industri batik yang berdiri di Indonesia, menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar industri batik. Tidak hanya bersaing dengan antar industri batik dalam negeri saja melainkan juga bersaing dengan industri batik yang ada di luar negeri seperti malaysia, tiongkok, india, sri langka dan iran yang memproduksi batik dengan teknologi yang lebih canggih. Di indonesia sendiri, industri batik tersebar di beberapa daerah di pulau jawa yang kemudian menjadi nama dari jenis-jenis batik tersebut seperti batik malangan, batik pekalongan, batik solo, batik yogya, batik lasem, batik cirebon, batik sragen. Setiap batik dari daerah tersebut memiliki ciri motif yang spesifik. Adapun Motif Batik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, motif adalah corak atau pola. Motif adalah suatu corak yang di bentuk sedemikian rupa hinga menghasilkan suatu bentuk yang beraneka ragam. Motif batik adalah corak atau pola yang

menjadi kerangka gambar pada batik berupa perpaduan antara garis, bentuk dan isen menjadi satu kesatuan yang mewujudkan batik secara keseluruhan. Motif-motif batik itu antara lain adalah motif hewan, manusia, geometris, dan motif lain. Motif batik sering juga dipakai untuk menunjukkan status seseorang.

Indonesia mempunyai beberapa motif yang terkait dengan budaya setempat. Beberapa faktor yang mempengaruhi lahirnya motif-motif batik antara lain adalah letak geografis, misalnya di daerah pesisir akan menghasilkan batik dengan motif yang berhubungan dengan laut, begitu pula dengan yang tinggal di pegunungan akan terinspirasi oleh alam sekitarnya; sifat dan tata penghidupan daerah; kepercayaan dan adat di suatu daerah; serta keadaan alam sekitar termasuk flora dan fauna dll. Berikut kami tampilkan motif batik malangan yaitu batik tulis celaket.



Gambar 1.1 Macam-Macam Motif Batik Tulis Celaket Motif

Batik malangan dengan motif yang unik dan khas menampilkan desain motif sesuai intuisi dan imajinasi seperti topeng, singa, bunga teratai. Kemudian batik motif Malang kucecwara misalnya, mempunyai komposisi perpaduan motif mulai mahkota, tugu malang, rumbai singa, arca, bunga teratai, hingga sulur. Semua perpaduan gambar ini memunculkan filosofi makna terkait sejarah dan tradisi yang dianut kota malang. Batik malang juga punya karakter yang khas.

Baik dari sisi corak hingga ornamennya. Seperti dibuat para pengrajin di batik tulis celaket di malang. Kemunculan batik tulis celaket sejak 1997 silam ini, tergolong berani dalam khazanah perbatikan tradisi. Selain membuat ornamen khas tradisional sesuai pakem, mereka juga membuat motif batik dengan gaya ornamen yang berlawanan dengan pakem. Selain itu batik tulis celaket malang ini memunculkan desain inovasi yang menunjukkan simbol representatif kota malang. Mulai dari tugu malang, topeng malangan, bunga teratai, malangkucewara, hingga singo edan turut memperkaya khazanah perbatikan yang sudah ada. Corak ornamen yang mendobrak pakem dengan simbol-simbol khas malangan juga cukup kaya makna.

Strategi persaingan orientasi pasar merupakan target atau tujuan sebuah perusahaan untuk mencapai strategi dalam persaingan dipasar global. Strategi dan kebijakan yang harus dilakukan pemerintah untuk internasionalisasi batik dipasar global ini tentu melibatkan banyak pihak. Salah satu pihak yang berperan paling penting adalah perajin dan pengusaha batik. Batik di Indonesia tentu tidak terlepas dari peran perajin dan pengusaha sebagai produsen sekaligus penggerak industri batik. Meskipun industri batik di Indonesia masih tergolong kecil dan menengah (IKM), pemerintah tetap berupaya mempertahankan batik sebagai salah satu industri andalannya menurut laporan dari ditjen IKMA. Apalagi didukung dengan pengakuan UNESCO tersebut, maka tidak heran nilai ekspor batik cenderung tinggi.

Menurut data dari ditjen IKMA, dilakukan juga pemberian fasilitasi terkait penetapan standar, restrukturisasi mesin dan/atau peralatan IKM batik, serta membentuk material center untuk mendukung ketersediaan bahan baku IKM batik

tersebut. Karena perlu diketahui bahan baku batik di Indonesia masih mengandalkan produk impor, baik berupa kain maupun zat warna sintetis. Dengan pembentukan lembaga tersebut, pemerintah berharap dapat mengatasi hambatan berupa bahan baku. Sedangkan pada lingkup internasional, pemerintah juga bekerjasama dengan *Free Trade Agreement Center* (FTA Center) untuk membantu membaca peluang dan potensi pasar global yang ada melalui informasi dari ITPC maupun atase perdagangan Indonesia di negara lain. Selain itu, pameran dan promosi internasional masih menjadi langkah yang pasti untuk mendorong internasionalisasi batik ini. Di samping melakukan upaya untuk mendorong internasionalisasi batik ini, pemerintah juga melakukan perlindungan untuk industri batik melalui pembentukan peraturan menteri perdagangan nomor 53 tahun 2015 tentang ketentuan impor tekstil dan produk tekstil batik dan motif batik (kementerian perdagangan RI, 2016). Dengan demikian, pemerintah tidak hanya memberikan fasilitas dan pelayanan untuk mendorong IKM batik dari level domestik, melainkan juga menjajaki level internasional untuk melihat peluang dan potensi pasar global, serta proteksi terhadap keberlangsungan IKM batik di Indonesia.

Strategi persaingan melalui orientasi kewirausahaan menurut Frishammar dan Horte (2007) menyarankan orientasi kewirausahaan terdiri dari tiga dimensi: keinovasian, pengambilan risiko, dan proaktif. Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga, menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

Berani mengambil risiko merupakan sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian. Proaktif mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif, seperti memperkenalkan produksi baru atau jasa di atas kompetisi dan aktivitas untuk mengantisipasi permintaan mendatang untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan.

Strategi persaingan melalui inovasi produk sebagai implementing *new ideas that create value* (O' Regan and Ghobadian, 2005). Yang berarti penerapan ide baru pada suatu produk sehingga menciptakan nilai tambah pada produk tersebut. Jika tidak menciptakan nilai tambah, berarti bukan inovasi.

Namun tentu saja persaingan dalam industri batik semakin ketat, seiring dengan terus bertumbuhnya industri batik di Indonesia. Persaingan yang semakin ketat ini memicu produsen-produsen batik untuk melakukan terobosan-terobosan atau inovasi, dengan tujuan meningkatkan kinerja pemasaran batik yang dihasilkannya. Inovasi yang terus menerus diterapkan oleh produsen batik memegang peranan penting untuk terus dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat ini dan terus meningkatkan kinerja pemasarannya.

Inovasi dalam ragam motif, corak, serta warna, merupakan salah satu inovasi yang paling penting diterapkan dalam industri batik yang tergolong produk seni dan mengandung unsur budaya lokal ini. Inovasi dalam ragam motif, corak, serta warna, menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing batik dalam perdagangan, karena yang pertama kali diperhatikan dan memikat

konsumen adalah ragam motif, corak, serta warna yang dimiliki oleh sehelai kain batik yang memancarkan keindahan seninya.

Peluang inovasi dalam desain batik malangan berawal dari batik yang telah dipakai dalam upacara tradisional sejak abad XIX. Batik tersebut umumnya bermotif sidomukti malang dengan hiasan kotak putih di tengah yang biasa disebut modhang koro. Motif ini dipakai sebagai udheng (laki-laki) dan sewek (perempuan) dalam acara resmi untuk semua lapisan masyarakat. Batik malangan memiliki tiga ciri pokok dan menjadi bagian dari tiga komponen pokok batik, yakni pertama pada tanahan atau dasar yang diambil dari motif batik di candi badut. Komponen kedua berupa motif pokok (hias isian) diisi dengan gambar tugu malang yang diapit oleh rambut singa pada sisi kiri dan kanannya sebagai lambang kota malang, serta komponen ketiga adalah motif hias untuk tumpal (pinggiran plus isen-isen) yang diisi tiga sulur yang membentuk sebuah rantai. Motif hias berupa sulur-sulur bunga yang dimaksudkan untuk menggambarkan malang sebagai kota bunga.

Jadi untuk dapat bersaing di pasar global, maka batik dituntut untuk dapat memaksimalkan strategi pasar dan manajemen usaha agar dapat meningkatkan daya saing dan kualitas produksi yang dihasilkan. Hal ini menjadi ukuran keberhasilan kinerja individu, tim, atau organisasi pada kondisi zaman modern saat ini.

Fenomena dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rari (2021) inovasi produk yang mulai dilakukan oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah untuk meningkatkan penjualan maka perlu dilakukan studi terhadap inovasi produk. Contoh perusahaan yang melakukan inovasi produk di masa

pandemi yaitu batik di Jawa Tengah yang memiliki tingkat inovasi tinggi dengan melakukan pengembangan produk dari bahan baku yang berbeda dan mengikuti tren pasar. Tingkat inovasi yang dimiliki batik dicapai dengan penerapan orientasi kewirausahaan yang berani mengambil risiko dalam pembuatan produk dan penerapan orientasi pasar dengan berorientasi kepada konsumen dan pesaing (Gradistya dan Farida, 2020). Sedangkan penelitian Anugrahini dan Hadi (2019) tentang pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM batik gedog khas Tuban bahwa batik tenun gedog merupakan salah satu kerajinan batik yang dimiliki Kabupaten Tuban dan memiliki ciri khas. Masyarakat sering menyebutnya dengan batik Gedog, karena pada salah satu proses pembuatannya menghasilkan bunyi “dhog-dhog” yang berasal dari alat tenun batik. Batik gedog memiliki keunikan tersendiri selain dari nilai estetika yang dimiliki, yaitu proses produksinya dimulai dari memintal benang, menenun, membatik dan melakukan pewarnaan. Batik gedog jika diraba bisa dikenali dari bahan yaitu kapas.

Oleh karena itu, maka substansi dalam penelitian ini yaitu untuk melihat lebih jauh tentang persaingan industri batik baik nasional maupun internasional berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu dilakukan pengkajian lebih dalam tentang **“PERAN ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN MELALUI INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BATIK TULIS CELAKET DI MALANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian yang telah disampaikan pada latar belakang masalah, maka peneliti dapat merumuskan masalah yang ada sebagai berikut;

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk di malang?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk di malang?
3. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di malang?
4. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di malang?
5. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di malang?
6. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk di malang?
7. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk di malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang telah dikemukakan di atas. Tujuan penelitian sebagai berikut;

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing batik tulis celaket di malang.
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing batik tulis celaket di malang.
3. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing batik tulis celaket di malang.

4. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap batik tulis celaket di malang.
5. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan orientasi pasar berpengaruh terhadap batik tulis celaket di malang melalui keunggulan bersaing.
6. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap batik tulis celaket di malang melalui keunggulan bersaing.
7. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan inovasi produk berpengaruh terhadap batik tulis celaket di malang melalui keunggulan bersaing.

1.4 Mamfaat Penelitian

1.4.1 Mamfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, referensi, gambaran, dan wacana khususnya yang berkaitan dengan teori *resource based view*, yang merupakan teori terapan pada bidang manajemen strategik, dimana dengan teori tersebut dapat dikembangkan model serta memprediksi peran orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan melalui inovasi produk terhadap keunggulan bersaing batik tulis celaket di malang.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang berminat meneliti peran orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan melalui inovasi produk terhadap keunggulan bersaing batik tulis celaket di malang.

1.4.2 Mamfaat Praktis

1. Bagi dunia akademik

Universitas adalah salah satu lembaga pendidikan tinggi yang memiliki kewajiban untuk ikut memajukan masyarakat dengan kegiatan penelitiannya,

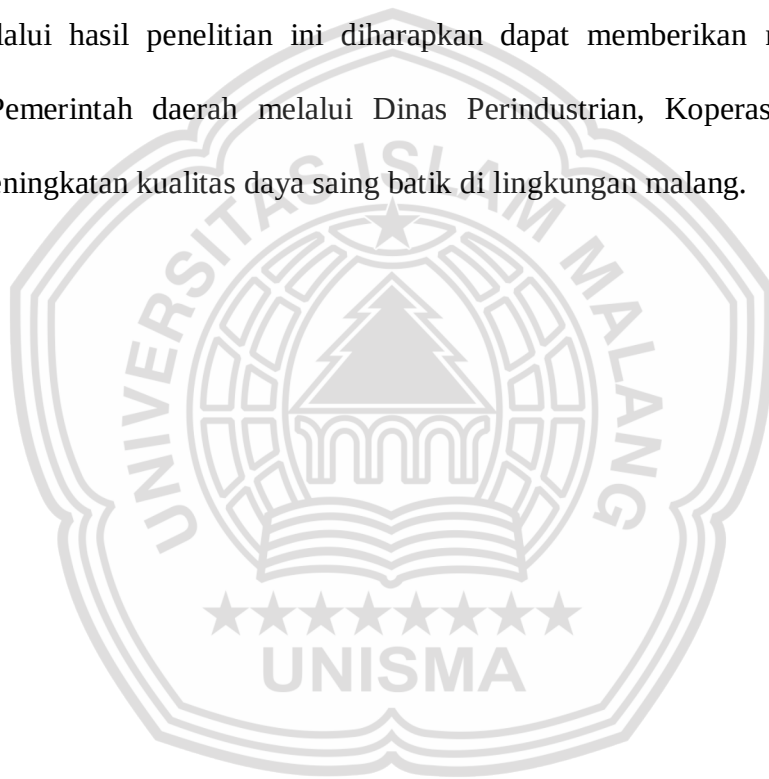
oleh karena itu diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan informasi atau referensi bagi pengembangan penelitian berikutnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi batik tulis celaket di Malang guna menambah wacana dalam menghadapi persaingan agar mampu meningkatkan kualitas batik yang ada di Malang.

3. Bagi Pemerintah

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemerintah daerah melalui Dinas Perindustrian, Koperasi dalam rangka peningkatan kualitas daya saing batik di lingkungan malang.



BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan rumusan masalah yang didasarkan pada hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa Orientasi Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap Inovasi Produk. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ditolak yang berarti variabel Orientasi Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap Inovasi Produk. Hal ini memiliki arti bahwa jika tingkat Orientasi Pasar yang dimiliki pengusaha rendah (dengan tingkat orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi rendah) maka inovasi produk yang dimiliki juga rendah, sebaliknya jika tingkat orientasi pasar yang dimiliki tinggi maka tingkat inovasi produk juga akan tinggi.

2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk.

3. Orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing .

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Orientasi Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ditolak yang berarti variabel Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Artinya semakin rendah nilai kebijakan pengusaha terhadap orientasi pasar, maka akan berpengaruh lebih kecil atau rendah keunggulan bersaingnya,

sebaliknya semakin tinggi nilai kebijakan pengusaha terhadap orientasi pasar, maka akan berpengaruh lebih besar atau tinggi keunggulan bersaingnya.

4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.
5. Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing
6. Inovasi produk mampu menjadi mediasi pada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing
7. Inovasi produk mampu menjadi mediasi pada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing

6.2 Saran

Penelitian ini penting bagi lembaga dan pimpinan pembeli produk batik tulis celaket di malang. Berikut disampaikan beberapa saran penelitian dari penulis:

1. Bagi konsumen, sebagai bahan masukan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk sebaiknya mempertimbangkan orientasi pasar dari produk tersebut dan juga untuk mengetahui suatu barang dapat diperoleh melalui orientasi kewirausahaan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut sehingga barang yang dibeli menggambarkan sesuatu yang memang diinginkan oleh konsumen.
2. Bagi batik tulis celaket pada variabel orientasi kewirausahaan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan indikator frekuensi orientasi kewirausahaan karena berdasarkan pernyataan mayoritas konsumen, konsumen merasa jarang menemukan orientasi kewirausahaan mengenai produk batik tulis celaket khususnya di wilayah malang disamping itu dengan adanya orientasi kewirausahaan juga di harapkan dapat menciptakan orientasi pasar yang baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, masih adanya keragaman faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel keunggulan bersaing yang tidak ada pada model penelitian, sehingga dalam hal ini penelitian selanjutnya diharapkan menguji dan

mengkaji lebih dalam terkait faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti variabel, harga, lokasi dan kualitas pelayanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aristiyo, R., & Murwatiningsih. (2017). Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Dengan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Kemitraan. *Management Analysis Journal*, 6 (1), 44.
- Jayaningrum, E. (2018). pengaruh orientasi pasar, inovasi, orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran (studi pada kuliner kafe kota malang). 54(1), 149–158.
- Merakati, I., Rusdarti, & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123. <https://doi.org/10.15294/jeec.v6i2.19297>.
- Octavia, A. (2017). *Entrepreneurial Orientation Dan Management Skill* Sebagai Antecedent Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk). Seminar Nasional Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis VII.
- Pranaka, A. S., Ghina, A., & Putri, M. K. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Usaha Menengah Guten Inc Bandung) *Influence Of Social Media Instagram To Competitive Advantage (Case Study On Guten Inc Bandung)*. *Proceeding of Management*, 4(3), 2272–2281. <https://doi.org/ISSN:2355-9357>.
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk). In Bank Indonesia dan LPPI.
- Setyawati, & Abrilia, H. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey Pada Umkm Perdagangan Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis*, Volume 12, 30. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v12i2.3>.
- Tawas, H., & Djodjono, C. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1214–1224. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5800>.
- Yaseen Zeebaree, M. R., & Siron, R. B. (2017). *International Review of Management and Marketing The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs*. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 43–52. Retrieved from <http://www.econjournals.com>.
- Renita, Helia. 2015. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing melalui inovasi sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik Laweyan Solo). Skripsi. Universitas Diponegoro.

- Setiawan, Heri. 2009. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII*, November 2009.
- Supranoto, Meike. 2009. Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Rangka Meningkatkan kinerja Pemasaran (Studi empiris pada: Industri Pakaia Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang). Tesis, Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Ellis, P.D. 2006. "Market Orientation an Performance: A Meta-analysis and Cross-National Comparisons". *Journal of Management Studies*. Vol. 43 No. 5 Hal. 1-18.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 3(2), 140–153.
- Halim. 2011. "Kapabilitas Pemasaran sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Menengah di Sulawesi Tenggara)". Dalam *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 10 No. 3 Hal. 472-484.
- Suci, Rahayu Pusji, 2012. "Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen dan Strategi Bisnis (Studi Pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur)". Dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2 No. 1 Hal. 46- 59.
- Suryanita. Andriyani. 2006. "Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Penge tahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran". Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sunarki, Ni Nyoman. 2009. "Analisis Tentang Tantangan Globalisasi dan Orientasi Pemasaran". Dalam *Ekonomi Bisnis*, Vol. 14 No. 1 Hal. 12-19.
- Supranoto, Mieke. 2009. "Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran". Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Curatman, A., Rahmadi and Maulany, S. (2016). Analisis faktor-faktor pengaruh inovasi produk yang berdampak pada keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman di wilayah harjamukti kota cirebon. *Jurnal Ilmiah Lemlit Unswagati Cirebon*, 18(3), pp.61– 75.
- Hurley, R.F. and Hult, G.T.M. (1998). *Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination*. *Journal of Marketing*, 62(3), pp.42-54. doi:10.2307/1251742.

- Killa, M.F. (2014). *Effect of Entrepreneurial Innovativeness Orientation, Product Innovation, and Value Co-Creation on Marketing Performance*. *Journal of Research in Marketing*, 2(3), pp.198-204.
- Lapian, A.A., Massie, J. and Ogi, I. (2016). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap p kinerja pemasaran. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), pp.1330–1339.
- Prapriani, Y.A. 2014. *Membangun Usaha Mikro dan Kecil Menengah Mebel di Kabupaten Jepara (Studi kasus di UMKM Mebel Jepara)*. Skripsi, Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Diponegoro.
- Long, H.C. (2013). *The Relationship Among Learning Orientation, Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Firm Performance of Vietnam Marketing Communications Firms*. *Philippine Management Review*, 20, pp.37-46.
- Paramita, C. (2015). Pengaruh Kompetensi Individu, Orientasi Kewirausahaan dan Pesaing dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Produk Studi pada UKM Furnitur di Kota Semarang. *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen*, 10(1), pp.124–137. doi:10.19166/derema.v10i1.160.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: UB Press.
- Muhadjir, N. (2006). *Metode Penelitian*. Cetakan kedua, Alfabeta, Bandung.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Subadi, T. (2006). *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: University Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, A. M. (2014). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Yunus,Hadi Sabari. 2010. *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abdillah, W & Jogiyanto. (2015) *Partial Least Square – Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Ghozali, I. & Latan, H. (2015) *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <http://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

