

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

(Suatu Studi pada Industri Haryati Bordir Kawalu)

Elma Nafisya¹, Nurdiana Mulyatini², Iyus Yustini³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh

dianamulya@ymail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan Haryati Bordir Kawalu di Kota Tasikmalaya. Orientasi kewirausahaan mencakup kemampuan inovatif, keberanian mengambil risiko, dan sikap proaktif yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri kreatif yang semakin ketat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 91 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Koefisien Korelasi Rank Spearman, Koefisien Determinasi, dan Uji Signifikansi (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan pada Haryati Bordir Kawalu tergolong tinggi, yang terlihat dari kemampuan perusahaan berinovasi, menciptakan produk baru sesuai tren, serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Keunggulan bersaing perusahaan juga tergolong tinggi, tercermin dari kemampuan menjaga kualitas produk, harga bersaing, serta ketepatan waktu produksi dan pengiriman. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,605 dengan pengaruh sebesar 36,6%, yang berarti orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian, semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing di pasar.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Industri Kreatif

Pendahuluan

Ekonomi kreatif dan Industri Kreatif telah bergulir selama 10 tahun terakhir ini dan selalu hangat dibicarakan baik oleh pemerintah, swasta maupun pelaku sendiri. Istilah “industri” pada Industri Kreatif menimbulkan banyak penafsiran, bagaimanakah menyambung antara Ekonomi Kreatif Industri Kreatif dengan Undang-undang No.5/1984 tentang Perindustrian secara kontekstual. Potensi industri kreatif masih begitu besar untuk dapat digarap oleh pelaku bisnis di Indonesia khususnya yang ada di Kota Tasikmalaya. Keinginan Pemerintah Kota Tasikmalaya yang ingin mengembangkan Ekonomi Kreatif sebagai daya

saing bangsa. Tren global pun mengarah ke sana. Tak berlebihan jika Kota Tasikmalaya punya keinginan demikian.

Karena ketatnya persaingan ini maka perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing agar bisa bertahan dan terus mengembangkan usahanya. Maka apabila perusahaan tidak memiliki keunggulan dalam bersaing akan menimbulkan nilai negatif pada produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, sehingga pelanggan akan beralih ke produk atau jasa pesaing bahkan pelanggan akan mengatakan ketidakpuasan mereka terhadap produk atau jasa perusahaan terhadap pihak lain (Putu *et al*, 2013:66). Dengan adanya persaingan, usaha dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap usaha dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan maupun kemauan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Untuk bisa memenangkan persaingan bisnis yang semakin ketat tersebut perusahaan harus mampu menciptakan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Pemasaran menurut Kotler dan Kaller (2009:6) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar melalui proses pertukaran secara menguntungkan.

Untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia, pemerintah membuat kebijakan salah satunya dengan cara mengedepankan sektor industri. Tidak hanya mengadakan bidang industri sebagai salah satu sumber ekonomi negara termasuk meningkatkan sumber daya manusia yang kreatif. Industri kreatif sendiri merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu, selain itu dapat memberikan dampak positif dalam menumbuhkan inovasi dan kreativitas dari pelaku industri dalam menciptakan produk-produk terbaru.

Kota Tasikmalaya merupakan kota di Provinsi Jawa Barat yang terletak di jalur utama selatan Pulau Jawa. Kota Tasikmalaya memiliki potensi *home industry* yang menghasilkan beraneka ragam produk kerajinan yang memiliki daya tarik dan seni yang sangat luar biasa dan sebagian besar telah memenuhi gugus kendali mutu. Kota Tasikmalaya menempatkan sektor industri dan perdagangan sebagai potensi utama yang cukup menonjol perkembangannya. Mayoritas mata pencaharian penduduk Kota Tasikmalaya bergerak pada bidang industri pengolahan. Industri bordir telah berkembang cukup lama dan pesat di Kota

Tasikmalaya dan industri ini mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak (Kota Tasikmalaya dalam angka 2015). Sebagai salah satu pusat kerajinan bordir yang terletak di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya telah dapat dibuktikan bahwa adanya kesadaran untuk saling menguntungkan (memajukan) atau simbiosis mutualisme seperti itulah yang harus ditumbuh kembangkan. Industri kreatif di Kota Tasikmalaya ternyata cukup besar. Dari mulai bordir, batik, alas kaki (kelom geulis), kerajinan mendong, anyaman bambu, meubel, hingga payung geulis sangat memberikan kontribusi ekonomi yang tentunya menopang pertumbuhan Kota Tasikmalaya.

Berikut ini disajikan data penjualan produk Haryati Bordir selama 5 tahun terakhir (2015-2019):

Tabel 1: Data Pendapatan Penjualan Produk Haryati Bordir pada Tahun 2015-2019

Tahun	Produk Haryati	Perkembangan Pada Penjualan Produk Haryati Bordir (%)
2015	173.670.000	-
2016	169.798.000	2,94%
2017	158.066.000	2,68%
2018	170.485.000	2,72%
2019	159.700.000	2,69%

Sumber: Haryati Bordir, 2020.

Berdasarkan tabel 1 menunjukan bahwa pendapatan penjualan Haryati Bordir mengalami fluktuatif. Pendapatan pada tahun 2015 adalah sebanyak 173.670.000, pada tahun 2016 pendapatan Haryati Bordir mengalami penurunan yaitu sebesar 2,94% dari 173.670.000 menjadi 169.798.000, pada tahun 2017 pendapatan penjualan Haryati Bordir mengalami penurunan kembali yaitu sebesar 2,68% dari 169.798.000 menjadi 158.066.000, dan pada tahun 2018 pendapatan penjualan Haryati Bordir mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 2,72% dari 158.066.000 menjadi 170.485.000 sedangkan pada tahun 2019 pendapatan penjualan Haryati Bordir mengalami penurunan yaitu sebesar 2,69% dari 170.485.000 menjadi 159.700.000.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Tahun 2014 tentang Perindustrian pada pasal 3 ayat 2 disebutkan bahwa industri dapat diartikan sebagai seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri. Perusahaan bordir sangat bergantung pada hasil produktivitas

sumber daya manusianya yang akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas bordir yang bagus, kreatif dan unik, sehingga jaminan kualitas bordir menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan bordir dan dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan bordir. Selain itu persoalan penting yang harus diperhatikan adalah kualitas dari sumber daya yang merupakan ujung tombak berkembangnya suatu usaha. Permasalahan yang terjadi dari segi bahan baku yaitu bahan baku bordir naik sehingga keuntungan menjadi berkurang. Krisis keuangan saat ini telah memicu naiknya harga bahan baku bordir seperti benang dan kain. Sedangkan, benang dan kain merupakan komponen terbesar produksi bordir. Di sisi yang lain peran bordir tidak bisa menaikkan harga jual karena lemahnya daya beli masyarakat. Dengan adanya pandemi covid-19 saat ini, keuntungan yang diperoleh para perajin bordir di Haryati Bordir berkurang.

Menurut Miller dalam Sudarsono (2015:25), 'orientasi kewirausahaan merupakan suatu orientasi untuk berusaha menjadi yang pertama dalam inovasi produk pasar, berani mengambil risiko dan melakukan tindakan proaktif untuk mengalahkan pesaing.' Peranan orientasi kewirausahaan adalah metode, praktik, dan pengambilan keputusan manajer dalam berwirausaha dan sebagai orientasi strategis perusahaan untuk bersaing. Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau pengusaha tersebut dapat meningkatkan daya saing perusahaan untuk lebih unggul dari pesaingnya. Daya saing merupakan kemampuan perusahaan untuk memperkuat posisinya dalam menghadapi pesaing sehingga mampu bertahan bahkan menang dalam persaingan pasar. Orientasi kewirausahaan juga memiliki kecenderungan pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Konsep orientasi kewirausahaan meliputi; keberanian dalam mengambil risiko, berfikir kreatif, memiliki jiwa kepemimpinan, dan percaya diri (Suryana, 2014:10).

Hasil penelitian mengenai hubungan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Mahmood & Hanafi, 2013) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, hal ini disebabkan oleh pengusaha perempuan lebih bersedia mengambil risiko, lebih inovatif dan proaktif yang berujung pada peningkatan kinerja. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Frank *et al*, 2010) yang menyatakan bahwa kewirausahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis. Hal ini disebabkan oleh lingkungan yang dinamis membutuhkan modal yang besar dan sikap proaktif untuk melakukan inovasi produk.

Selain memiliki pengaruh langsung, orientasi kewirausahaan juga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap keunggulan bersaing, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Ofiazoglu, 2017) yang mengatakan bahwa sampai saat ini masih ada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi mengingat bahwa sebagian besar perusahaan melakukan pekerjaannya dengan melakukan inovasi dalam meningkatkan produk mereka dan studi yang dilakukan di negara-negara berkembang menggunakan konsep kewirausahaan yang kuat dengan melakukan inovasi untuk meningkatkan efektivitas agar perusahaan lebih unggul.

Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Untuk mengukur keunggulan bersaing keunikan, tidak mudah ditiru, dan harga bersaing. Keunikan produk adalah keunikan produk atau barang yang memadukan nilai seni dan selera konsumen, harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga di pasaran, tidak mudah dijumpai berarti keberadaannya langka dalam persaingan yang saat ini dilakukan. Menurut Saiman (2014), “keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha.”

LANDASAN TEORI

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Miler (1983) dalam Mustikowati, Tyasari (2014:152) menyatakan bahwa: “Orientasi kewirausahaan sebagai salah satu yang terlibat dalam inovasi produk-pasar, melakukan sedikit usaha berisiko, dan pertama kali datang dengan proaktif, inovasi, serta memberikan pukulan untuk mengalahkan pesaing”. Orientasi kewirausahaan merupakan konstruk yang mengintegrasikan kewirausahaan dan manajemen strategik. Manajemen strategik menghendaki agar perusahaan memiliki dan mengeksploitasi keunggulan bersaing dalam konteks lingkungan tertentu, pada saat yang sama, kewirausahaan giat berusaha mencari keunggulan bersaing melalui produk, proses, dan inovasi pasar (Kuratko *et al*, 2009).

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. 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 (Sinarasri, 2013). Dari berbagai pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa orintasi kewirausahaan adalah strategi perusahaan untuk masuk ke dalam pasar tertentu yang mana didalamnya terdapat kegiatan-kegiatan yang tergantung pada tujuan perusahaan itu sendiri.

Keunggulan Bersaing

Pada dasarnya setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industri mempunyai keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Umumnya perusahaan menerapkan strategi bersaing ini secara eksplisit melalui kegiatan-kegiatan dalam berbagai departemen fungsional perusahaan yang ada. Menurut porter (1994) dalam Reniati (2013:47), 'keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya.' Nilai adalah apa yang pembeli bersedia bayar dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing untuk manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat yang unik yang lebih dari pada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi.

Menurut Saiman dalam Witri (2017:15) "Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha". Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar untuk menciptakan nilai ekonomi.

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:2) bahwa "Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Dalam penelitian ini menggunakan metoda deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan Deskriptif menurut Sugiyono (2018:35) adalah metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan variabel lain. Metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis desain deskriptif dengan penyebaran kuesioner. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan

analisis Koefisien Korelasi *Rank Spearman*, Uji Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t).

Hasil Dan Pembahasan

Orientasi Kewirausahaan pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu

Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong kearah baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil resiko. Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha dan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha.

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran angket kuesioner mengenai orientasi kewirausahaan pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu kepada 91 responden dengan 10 item pernyataan diketahui bahwa perusahaan Haryati Bordir Kawalu telah memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari perusahaan yang terbuka terhadap hal-hal baru, mampu menciptakan produk dengan teknologi dan metode baru, mampu menghasilkan produk baru sesuai dengan tuntutan fashion masa kini, memberikan kualitas layanan dan solusi untuk kepuasan konsumen. mampu menghasilkan produk dengan jumlah besar dalam waktu yang singkat/sesuai permintaan konsumen. menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mayoritas masyarakat. mampu menciptakan setiap peluang dengan kemampuan yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan, bersedia untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan memperoleh keuntungan, mampu membaca situasi secara realistis dalam pengambilan resiko, dan mengutamakan setiap pekerjaan yang paling penting. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat Eddy S. Soegoto (2009:3), bahwa “Orientasi kewirausahaan merupakan usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain”.

Keunggulan Bersaing pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu

Keunggulan bersaing merupakan perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya. keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri. Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran angket kuesioner mengenai keunggulan bersaing pada Perusahaan Haryati Bordir

Kawalu kepada 91 responden dengan 15 item pernyataan diketahui bahwa tingginya keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan terlihat dari kemampuan perusahaan dalam melaksanakan setiap pekerjaan dengan sungguh-sungguh dan bertanggung jawab atas apa yang telah dikerjakan dalam bekerja, fokus dalam bekerja dan berusaha melakukan perubahan dalam ruang lingkup yang sangat luas untuk memperoleh perubahan yang sangat besar, melakukan perubahan dengan cara mengevaluasi setiap pekerjaan, sudah benar atau tidak, mempunyai ciri khas khusus yang susah untuk ditiru pesaing, telah menggunakan teknologi modern dalam proses produksi sehingga dapat tetap bersaing di tengah kompetitif, relatif lebih murah dibandingkan dengan pesaing, menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing, perusahaan dan karyawan bekerjasama dengan baik dan bertanggung jawab, sensitif terhadap perubahan permintaan konsumen, bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibandingkan dengan pesaing, menawarkan produk yang berkualitas tinggi daripada pesaingnya, senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen tepat waktu dibandingkan dengan pesaing, senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen sesuai dengan jumlah pesanan dibandingkan dengan pesaing, senantiasa menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing, dan senantiasa menyediakan produk-produk dengan keunggulan (fitur) baru dibandingkan dengan pesaing. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat Saiman (2014: 128), yang menyatakan bahwa: “Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha”.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu

Untuk menciptakan keunggulan bersaing perlunya didukung oleh orientasi kewirausahaan yang diterapkan oleh suatu industri dan para pengusahanya harus mempunyai ide - ide inovatif yang cemerlang dalam menciptakan produk. Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya agar mampu melakukan strategi dalam berwirausaha sehingga memperoleh keunggulan kompetitif. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,605 yang berarti variabel orientasi kewirausahaan kuat pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu. Besaran pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan

bersaing pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu adalah sebesar 36,6% sedangkan sisanya sebesar 63,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan uji signifikansi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,1683 dimana nilai tersebut lebih besari dari t_{tabel} sebesar 1,98698. Hal tersebut berarti semakin baik orientasi kewirausahaan maka akan semakin meningkatnya keunggulan bersaing pada perusahaan Haryati Bordir Kawalu. Begitu juga sebaliknya, jika orientasi kewirausahaan kurang baik maka keunggulan bersaing yang dihasilkan tidak akan optimal. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Suryanita (2006: 71), bahwa orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menghasilkan keunggulan bersaing, karena apabila industri tersebut tidak memiliki orientasi kewirausahaan usaha yang dijalankannya pun tidak akan berjalan maksimal bahkan bisa saja menjadi bangkrut. Orientasi kewirausahaan disebut sebagai *sprearhead* (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Tentunya harus bersedia untuk menghadapi setiap tantangan bisnis dan resiko, serta harus inovatif dan sikap proaktif yang tinggi.

Simpulan

1. Tingginya orientasi kewirausahaan pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu. Hal tersebut terlihat dari perusahaan yang terbuka terhadap hal-hal baru, mampu menciptakan produk dengan teknologi dan metode baru, mampu menghasilkan produk baru sesuai dengan tuntutan fashion masa kini, memberikan kualitas layanan dan solusi untuk kepuasan konsumen. mampu menghasilkan produk dengan jumlah besar dalam waktu yang singkat/sesuai permintaan konsumen.
2. Tingginya keunggulan bersaing pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu. Keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan terlihat dari kemampuan perusahaan dalam melaksanakan setiap pekerjaan dengan sungguh-sungguh dan bertanggung jawab atas apa yang telah dikerjakan dalam bekerja, fokus dalam bekerja dan berusaha melakukan perubahan dalam ruang lingkup yang sangat luas untuk memperoleh perubahan yang sangat besar, dan telah menggunakan teknologi modern dalam proses produksi sehingga dapat tetap bersaing di tengah kompetitif.
3. Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan Haryati Bordir Kawalu, hal tersebut berarti semakin baik orientasi kewirausahaan maka akan semakin meningkat pula keunggulan bersaing. Hasil penelitian

tersebut tidak terlepas dari tingginya penilaian responden dalam hal orientasi kewirausahaan yang diberikan.

Daftar Pustaka

- Aji, G. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Koperasi Pondok Pesantren*. Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 19 (1), 231-260.
- Andwiani, Sinarasri. (2013). *Analisi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Jurnal, Prosiding Seminar Nasional 2013, ISBN :978-979-98438-8-3.
- BPS. 2017. *Kota Tasikmalaya dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik. <http://www.bps.go.id> [10 Juni 2020].
- Mahmood, R. and Hanafi, N. (2013). *Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator*. International Journal of Business and Social Science . 4 (1), 82-90
- Mustikowati, Rita Indah dan Tyasari, Irma. (2014). *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang*. Modernisasi, Volume 10.
- Reniaty. 2013. *Kreativitas Organisasi & Inovasi Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Saiman, Leonardus. 2014. *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. 2009. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sudarsono. 2015. *Kamus Ekonomi: Uang & bank*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Tahun 2014 tentang Perindustrian pada pasal 3 ayat 2.