

Nurhidayah Layoo



Strategi Usaha Kecil

Meraih Keunggulan
Berkelanjutan



Strategi Usaha Kecil

Meraih Keunggulan Berkelanjutan

Nurhidayah Layoo



Strategi usaha kecil meraih keunggulan berkelanjutan

Penulis:

NURHIDAYAH LAYOO

Desain Cover:

Usman Taufik

Tata Letak:

Atep Jejen

Proofreader:

Bila Nurfadillah

ISBN:

978-623-6092-64-4

Cetakan Pertama:

Juni, 2021

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2021

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

PRAKATA PENULIS

Alhamdulillah Wa Syukurillah, Salawat salam kepada Rasulullah SAW. Bahwa selesainya buku ini karena mutlak rahmat dan petunjuk dari-Nya, ditambah sedikit upaya penulis hingga buku dapat rampung dengan berbagai keterbatasannya. Mengikuti pendidikan dan pembelajaran pada Program Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia, termasuk penulisan buku ini, didorong oleh kesadaran untuk memperbaiki keterbatasan kemampuan dan meningkatkan kapasitas keilmuan penulis sebagai salah satu upaya menebar manfaat sebanyak-banyaknya bagi sesama manusia dan lingkungan. Selama proses pendidikan dan penulisan disertai ini, penulis memperoleh begitu banyak bimbingan, arahan dan dukungan dari Promotor dan Ko-promotor, para dosen, staf, teman-teman dan keluarga. Sehubungan dengan itu penulis menghaturkan terimakasih tak terhingga dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

Prof. Dr. H. Salim Basalamah, SE.,MSi, Prof.Dr.H. Basri Modding, SE.,MSi, dan Prof.Dr.H.Abdul Rahman Mus, SE.,MSi Ketiganya merupakan guru besar Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Indonesia, yang dengan kecerdasan, keluasan ilmu dan wawasan, kesabaran dan kearifan beliau sebagai ilmuwan selalu meluangkan waktu untuk *sharing* ilmu pengetahuan, membimbing dan mengarahkan serta memotivasi penulis, meningkatkan kemampuan diri yang sarat nilai-nilai islami.

Para guru besar dan dosen pada Program Doktor Ilmu Manajemen UMI Makassar yakni Prof. Dr.H. Mansyur Ramly, SE.,MSi, Prof.Dr.H. Nasir Hamzah, SE.,MSi, Prof.Dr.H. Achmad Gani,SE.,MSi, Prof. Dr.H. Baharuddin Semmaila, SE.,MSi , Prof.Dr.H. Syahrir Mallongi,SE.,MSi, Prof.Dr.H. Bahar Sinring, SE.,MSi, Prof.Dr. Hj. Masdar Mas'ud, SE.,MSi, Prof.Dr.Hj. Samsu Nujum, SE.,MSi, Prof.Dr.H.Haris Maupa,SE.,MSi, , SE.,MSi, Prof. Dr. H. Mahfud Nurnajamuddin, SE.,MM. Dr. Sabri Hasan, SE.,MM, dan Dr.H.Amir Mahmud, SE.,MSi Dr.Hj. Sukmawati,SE.,MSi. Dr.H., Serlin Serang, SE.,MSi, Dr.Lukman Chalid,SE.,MSi. Dr.H, Sanusi Hamid, SE.,MSi. Yang telah banyak membagi ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.

Ayahanda tercinta H.Layoo dan Ibunda tercinta Hj. Waode Olu atas segala doa yang tak pernah letih disetiap sujudnya juga atas segala pengorbanan yang tiada tara. Suami tercinta L.Marlani, SE atas segala doa, pengertian, pengorbanan dan kasih sayang yang tulus. Anak-anak tersayang Muh. Ariq

Fauzan Marlan, Muh. Daffa Marlan, Muh. Fayyadh Marlan, ILLiyin Fatimah Adzra, Muh. Haidar Marlan yang menjadi penyemangat dan atas pengorbanannya yang mungkin terpaksa. Kakanda Sitti Hasni Layoo,SE dan adinda Zulkarnain Layoo atas motivasi dan dukungannya, saudaraku Meliati atas segala keikhlasannya selama ini. Kedua mertua tercinta H.Amin dan Hj. Sitti Rahmatia atas perhatiannya. Ipar-ipar yang baik hati yakni kakanda Ruswati atas segala bantuan dan pengorbanannya yang tak terhitung, juga Mahyudin Aminda,SP, dan Ruslina Aminda,AMd Kep. Paman Drs. Abdul Hallaf Hanafie Prasyad,MSi, dan Ibu Dra.Yundaryana bersama keluarganya atas seluruh kebbaikannya yang tak terhitung, Sahabatku Sunarti,SE.,MM yang selalu mengulurkan tangan dengan tulus

Rektor Universitas Muhammadiyah Luwuk dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas segenap bantuannya. Teman-teman dosen dan mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Luwuk atas kebersamaannya yang penuh makna.

Untuk semuanya itu, semoga Allah SWT senantiasa memberi balasan yang lebih baik, melimpahkan rahmat kesehatan dan kesejahteraan lahir batin. Akhirnya, semoga disertasi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat Kabupaten Banggai. Amiin Ya Rabbal Alamin.

Juni, 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II ORIENTASI USAHA DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL	9
A. Orientasi Kewirausahaan.....	9
B. Orientasi Pasar.....	15
C. Faktor Lingkungan Eksternal	19
BAB III KINERJA DAN KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN	23
A. Kinerja Perusahaan	23
B. Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	27
BAB IV KARAKTERISTIK USAHA DAN MAPPING TEORI	33
A. Karakteristik Pengusaha Kecil (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Banggai)	33
B. Teori-Teori Usaha	38
BAB V DIMENSI-DIMENSI STRATEGI USAHA	51
A. Dimensi Orientasi Kewirausahaan.....	51
B. Dimensi Orientasi Pasar	58
C. Dimensi Analisis Lingkungan Eksternal	65
D. Dimensi Kinerja Usaha.....	71
E. Dimensi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	77
BAB VI RELEVANSI STRATEGI USAHA DENGAN KINERJA DAN KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN	83
A. Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM	83
B. Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM	85
C. Lingkungan Eksternal Terhadap Kinerja UMKM	88
D. Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	90
E. Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan UMKM	92
F. Lingkungan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan ...	94
G. Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan melalui Kinerja.....	97

H.	Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan melalui Kinerja	98
I.	Lingkungan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan melalui Kinerja	100
J.	Kinerja Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan UMKM.....	102
BAB VII SIMPULAN DAN SARAN		106
A.	Simpulan	106
B.	Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....		109
RIWAYAT PENULIS		117
GLOSARIUM		119
INDEKS		124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Orientasi Kewirausahaan Lumpkin & Dess	15
Gambar 2 Model Orientasi Pasar Narver & Slater	18
Gambar 3 Lingkungan Eksternal Organisasi.....	20
Gambar 4 Elemen Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	30
Gambar 5 Karakteristik Pengusaha Berdasarkan Lama Usaha	33
Gambar 6 Karakteristik Pengusaha Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	34
Gambar 7 Karakteristik Pengusaha Berdasarkan Lama Usaha	35
Gambar 8 Karakteristik Pengusaha Berdasarkan Asal Daerah.....	36
Gambar 9 Karakteristik Pengusaha Berdasarkan Kendala	37
Gambar 10 Karakteristik Pengusaha Berdasarkan Lama Usaha	50
Gambar 11 Tanggapan Pengusaha Mengenai Sikap Proaktif	53
Gambar 12 Tanggapan Pengusaha Mengenai Keberanian Menanggung Risiko	54
Gambar 13 Tanggapan Pengusaha Mengenai Penerapan Otonomy.....	55
Gambar 14 Tanggapan Pengusaha Mengenai Keagresifan Bersaing.....	56
Gambar 15 Garis Kontinum Komponen Orientasi Kewirausahaan.....	58
Gambar 16 Tanggapan Pengusaha Mengenai Penerapan Orientasi Konsumen.....	59
Gambar 17 Tanggapan Pengusaha Mengenai Penerapan Orientasi Pesaing	60
Gambar 18 Tanggapan Pengusaha Mengenai Penerapan Koordinasi Antar Fungsi	61
Gambar 19 Tanggapan Pengusaha Mengenai Penerapan <i>Marketing Knowledge</i>	62
Gambar 20 Tanggapan Pengusaha Mengenai Penerapan Orientasi Karyawan.....	63
Gambar 21 Garis Kontinum Komponen Orientasi Pasar.....	64
Gambar 22 Tanggapan Pengusaha Mengenai Pengaruh Kebijakan Pemerintah	65
Gambar 23 Tanggapan Pengusaha Mengenai Pertumbuhan Penduduk.....	66
Gambar 24 Tanggapan Pengusaha Mengenai Pertumbuhan Pesaing.....	67
Gambar 25 Tanggapan Pengusaha Mengenai pengaruh daya Beli Penduduk	68
Gambar 26 Tanggapan Pengusaha Mengenai Pengaruh Pemasok	69
Gambar 27 Garis Kontinum Komponen Lingkungan Eksternal	71

Gambar 28 Tanggapan Pengusaha Mengenai Kepuasan Pelanggan.....	71
Gambar 29 Tanggapan Pengusaha Mengenai Pertumbuhan Penjualan.....	72
Gambar 30 Tanggapan Pengusaha Mengenai Jumlah Tenaga Kerja.....	73
Gambar 31 Tanggapan Pengusaha Mengenai Tingkat Repurchase	74
Gambar 32 Tanggapan Pengusaha Mengenai Pertumbuhan Pelanggan	75
Gambar 33 Garis Kontinum Komponen Kinerja Perusahaan	76
Gambar 34 Tanggapan Pengusaha Menekan Biaya Lebih Rendah dari Pesaing.....	77
Gambar 35 Tanggapan Pengusaha Menciptakan Produk Berbeda dari Pesaing.....	78
Gambar 36 Tanggapan Pengusaha Menetapkan Harga Lebih Tinggi dari Pesaing.....	79
Gambar 37 Tanggapan Pengusaha untuk Fokus Mengelola Produk/ Pasar Target	80
Gambar 38 Tanggapan Pengusaha untuk Melakukan Kontrol Superior	81
Gambar 39 Garis Kontinum Komponen Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kinerja Usaha di Kabupaten Banggai Selama Tiga Tahun Terakhir (2011-2013)	3
Tabel 2. Rangkuman Dimensi-Dimensi Orientasi Kewirausahaan.....	14
Tabel 3. Indikator Kinerja Perusahaan Menurut Para Pakar	25
Tabel 4. Mapping Theory	42
Tabel 5. Mapping Pengkajian Terdahulu	56
Tabel 6. Rekapitulasi Skor Tanggapan Pengusaha Tentang Orientasi Pasar	63
Tabel 7. Rekapitulasi Skor Tanggapan Pengusaha tentang Lingkungan Eksternal	70
Tabel 8. Rekapitulasi Skor Tanggapan Pengusaha tentang Kinerja Perusahaan.....	75
Tabel 9. Rekapitulasi Skor Tanggapan Pengusaha tentang Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	81



BAB
1

PENDAHULUAN

Kesepakatan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau *ASEAN Economic Community (AEC)* pada 2015 mulai berlaku. Indonesia segera bergabung dalam pasar bebas ASEAN dimana pergerakan barang, modal, jasa, investasi, dan orang yang telah disepakati akan bebas keluar masuk di antar negara anggota ASEAN, tanpa hambatan baik tarif maupun non tarif.

Pemberlakuan AEC 2015 mengacu pada empat pilar, yaitu ASEAN sebagai *single market and production base*; ASEAN sebagai kawasan dengan daya saing tinggi (*a highly competitive economic region*); ASEAN sebagai kawasan dengan pengembangan ekonomi yang merata dengan elemen pengembangan UMKM (*a region of equitable economic development*); dan ASEAN sebagai kawasan terintegrasi (*a region fully integrated in to the global economy*). (www.setneg.go.id).

Pembentukan pasar tunggal MEA tersebut dipastikan akan memicu persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Indonesia harus meningkatkan daya saing untuk menangkap keuntungan dari MEA tersebut. *The Global Competitiveness Index (GCI) 2013/2014* yang dibuat oleh *World Economic Forum (WEF)* melaporkan daya saing Indonesia pada tahun 2013-2014 berada pada peringkat ke 38 dari 148 negara di dunia dan berada pada peringkat ke 5 diantara negara-negara ASEAN setelah Singapore, Malaysia, Brunei, Thailand (www.setneg.go.id).

Salah satu aturan kunci (*golden rules*) peringkat kompetitif dunia yang dikeluarkan oleh *International Institute for Management Development (IMD)* adalah dukungan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (www.setneg.go.id). Oleh karenanya Kementerian Koperasi dan UKM memiliki *concern* dan komitmen dalam mendukung upaya mengantisipasi pelaksanaan



ORIENTASI USAHA DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL

A. ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

Menurut Drucker (1974:48) dalam tugas manajer terkandung sifat *entrepreneur* yaitu membangun perusahaan hari esok. Membangun perusahaan hari esok harus didasari keyakinan bahwa perusahaan hari esok akan berbeda dan harus berbeda. Tetapi perusahaan hari esok dengan sendirinya juga harus didasarkan pada kondisi perusahaan hari ini. Untuk membangun perusahaan hari esok diperlukan analisis sistematis dan pekerjaan berat dan bersemangat hari ini. Pekerjaan khusus *entrepreneur* di dalam perusahaan yang sedang berjalan adalah memungkinkan perusahaan yang telah ada pada saat ini khususnya yang sudah berhasil untuk tetap jalan dan agar tetap berhasil di masa yang akan datang. Perusahaan dagang harus melanjutkan hidupnya melampaui usia manusia atau generasi sehingga mampu memberikan sumbangannya kepada ekonomi dan masyarakat. Kelestarian perusahaan adalah tugas pokok *entrepreneur*.

Drucker melanjutkan bahwa seorang *entrepreneur* adalah seorang yang mampu memanfaatkan peluang (Alma, 2013:23). Seorang wirausahawan adalah seorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan (Thomas dan Norman, 2008:29).

BAB
3

KINERJA DAN KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN

A. KINERJA PERUSAHAAN

Menurut Marrdan Schiuma (2003), pengkajian akademik pada kinerja perusahaan berasal dari multi-disiplin bidang studi, meliputi akuntansi, ekonomi, manajemen sumber daya manusia, pemasaran dan manajemen operasional. Berbagai bidang studi telah mengakibatkan kurangnya konsensus mengenai definisi yang diterima secara universal dan pengukuran kinerja perusahaan. González-Benito J & González-BenitoO (2005) umumnya, kinerja perusahaan dipandang sebagai ukuran seberapa baik suatu organisasi atau entitas mencapai tujuannya. Moullin(2003) mendefinisikan kinerja organisasi sebagai "seberapa baik organisasi yang dikelola memberikan nilai bagi pelanggan dan *stakeholder* lainnya.

Kinerja pemasaran didefinisikan sebagai ukuran tingkat keberhasilan dari strategi pemasaran yang dijalankan bisnis dan diukur dengan volume penjualan dan keuntungan atau laba (Menon, Bharadwaj, dan Howell, 1996 dalam Asep Suhendi, 2009:11). Terkait dengan hal ini Allah berfirman dalam surah an Najm (53:39):

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى - ٣٩

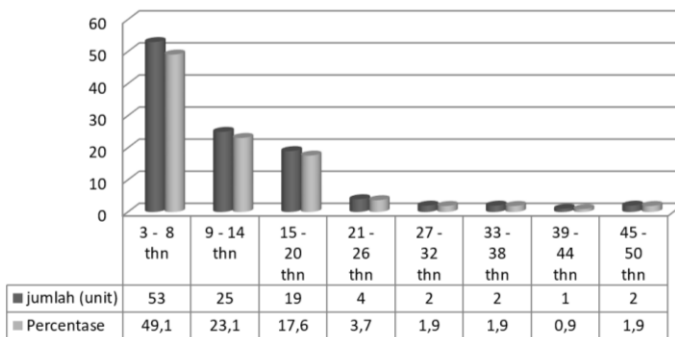
“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”

BAB
4

KARAKTERISTIK USAHA DAN MAPPING TEORI

A. KARAKTERISTIK PENGUSAHA KECIL (STUDI KASUS UMKM DI KABUPATEN BANGGAI)

Pada sub bab ini diuraikan gambaran umum pengusaha yang relevan dengan pengkajian yakni lama operasi, jumlah tenaga kerja, volume penjualan, asal daerah pemilik usaha, keunikan yang ditawarkan serta kendala yang dihadapi UMKM rumah makan di Kabupaten Banggai.



Gambar 5. Karakteristik pengusaha berdasarkan lama usaha

Berdasarkan gambar 5 hampir separuh (49,1%) dari jumlah pengusaha mengelola usaha rumah makan selama 3-8 tahun, berarti rentang waktu memulai usaha antara tahun 2007 hingga 2012, hal ini berkaitan dengan dimulainya fase eksplorasi minyak dan gas bumi (migas) di Kabupaten Banggai tahun 2005-2007, hingga memasuki fase konstruksi fasilitas industri migas tahun 2007-2014 dan tahun 2015 sudah memasuki fase eksploitasi



BAB
5

DIMENSI-DIMENSI STRATEGI USAHA

Analisis deskriptif data pengkajian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan melalui gambaran tanggapan pengusaha terhadap setiap indikator komponen yang sedang dikaji/ditelaah. Agar lebih mudah menginterpretasikan komponen yang sedang dikaji/ditelaah, maka dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan pengusaha.

A. DIMENSI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

Para pelaku UMKM rumah makan di Kabupaten Banggai yang memiliki orientasi kewirausahaan dengan lima dimensi yakni inovatif, proaktif, keberanian menanggung risiko, *otonomy*, dan keagresifan bersaing, merupakan modal dasar dalam menjalankan usaha yang pada akhirnya menghasilkan kinerja yang baik dan mencapai keunggulan bersaing secara berkelanjutan.

Dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan tersebut dioperasionalkan menjadi 7 butir pernyataan. Berikut tanggapan pengusaha terhadap setiap butir pernyataan pada masing-masing dimensi

a. Inovatif

Wirausaha adalah orang yang mengatur pengalokasian sumber daya dalam usaha eksploitasi invensi (temuan) yang mungkin saja sudah ada sebelumnya. Wirausaha menciptakan kombinasi-kombinasi baru dari penggunaan faktor produksi. Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi dapat ditampilkan sebagai ilmu, dapat dipelajari dan dapat dipraktekkan. Sifat inovasi dapat ditumbuhkembangkan

BAB
6

RELEVANSI STRATEGI USAHA DENGAN KINERJA DAN KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN

A. ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM

Berdasarkan tabel 35, secara parsial orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Banggai. Artinya orientasi pasar merupakan sebuah anteseden dari kinerja di Kabupaten Banggai, semakin tinggi orientasi kewirausahaan akan semakin tinggi kinerja perusahaan. Demikian pula sebaliknya semakin kurang orientasi kewirausahaan pelaku usaha rumah makan maka kinerja usaha pun akan berkurang. Hal ini dapat dijelaskan bahwa sebagian besar (sekitar 73%) usaha rumah makan di Kabupaten Banggai dapat dikategorikan sebagai sektor informal perkotaan yang bersifat menetap (*static*). Dimana menurut Ever dalam Alisjahbana (2006:2) ciri-cirinya adalah : 1). Seluruh aktivitasnya bersandarkan pada sumber daya seadanya; 2). Ukuran usahanya umumnya kecil dan aktivitasnya merupakan kegiatan usaha keluarga; 3). Untuk menopang kegiatan digunakan teknologi tepat guna dan bersifat padat karya; 4). Tenaga kerja yang berkerja umumnya terdidik dan terlatih melalui pola-pola yang tidak resmi; 5). Seluruh aktivitas berada di luar jalur yang diatur pemerintah; 6). Aktivitas mereka berada dipasar yang sangat bersaing.

Kondisi seperti disebutkan di atas memaksa untuk berorientasi pada kewirausahaan, melalui penerapan inovasi, tindakan proaktif, keberanian menanggung risiko, keagresifan bersaing dan kemandirian dalam pengambilan keputusan (otonomi). Penerapan inovasi yang dipraktekkan oleh antara lain



SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengkajian, terdapat sepuluh simpulan yang relevan dengan permasalahan yang dikaji yakni :

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan UMKM di Kabupaten Banggai. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja perusahaan, pelaku UMKM di Kabupaten Banggai harus mampu memelihara dan meningkatkan orientasi kewirausahaannya yang mencakup sikap inovatif, proaktif, keberanian menanggung risiko, otonomy dan keagresifan bersaing.
2. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Banggai, Hal ini berarti untuk meningkatkan kinerja perusahaan, pelaku UMKM di Kabupaten Banggai harus mampu mempertahankan dan meningkatkan orientasi pasarnya meliputi orientasi konsumen, orientasi pesaing, koordinasi antar fungsi, *marketing knowledge*, dan orientasi karyawan.
3. Lingkungan eksternal berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan UMKM di Kabupaten Banggai. Hal ini berarti semakin meningkat tekanan lingkungan eksternal, maka kinerja perusahaan cenderung menurun, namun penurunan ini tidak signifikan. Sehingga untuk meningkatkan kinerja perusahaan, pelaku UMKM di Kabupaten Banggai harus mampu memperbaiki dan meningkatkan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasarnya agar dapat menghadapi lingkungan eksternal yang kurang menguntungkan.
4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan UMKM industri rumah di

DAFTAR PUSTAKA

- Akgun, A.E., Keskin, H., & Byrne, J., 2008. *The Moderating Role of Environmental Dynamism between Firm Emotional Capability and Performance*. Journal of Organizational Change Management Vol 21, No 2
- Al-Qur'anul Karim, Terjemah Per-Kata Type Hijaz, Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Qur'an Revisi Terjemah oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia
- Al-Alak, B.A.M., & Najim, A.N., 2011. *Marketing Intangibles-Based Competitive Advantage: A Paradigm Shift Beyond Traditional Management*. Journal of Advanced Social Research, Vol 1, No 2
- Alisjahbana. 2006. *Marginalisasi Sektor Informal Perkotaan*. ITS Press, Surabaya
- Alma, B, 2013. *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, Alfabeta, Bandung.
- Anonim, 2014. *Laporan Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai*, Luwuk
- Arzubiaga, U., Iturralde, T., Maseda, A., 2012. *The Entrepreneurial Orientation Construct, Dimensions and Measurement Scales in the Case of Family Firm: A Literature Review and some Considerations*. European Journal of Social Sciences. Vol. 33 No 3. <http://www.europeanjournalofsocialsciences.com>
- Assaury, Sofyan, 2012. *Strategic Marketing, Sustaining Lifetime Customer Value*. Rajawali Pers, Jakarta
- Asep Suhendi, 2009. *Keunggulan Kompetitif Melalui Strategi Penguasaan Wilayah, Kompetensi Sumberdaya Manusia dan Orientasi Pasar, Studi Kasus pada PT Indosat Tbk*. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang
- Asikhia, O (2010) *Customer Orientation and Firm Performance among Nigerian Small and Medium Scale Businesses*. International Journal of Marketing Studies. Vol. 2, No. 1; p 197-212
- Bagas Prakosa, 2004. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris pada Industri Manufaktur di Semarang)*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol. 2 No. 1, Januari 2005
- Bagus Widhandoko dan Muhammad Mukti Alie, 2013. *Karakteristik Sektor Informal Pada Kereta Rel Listrik (KRL) Ekonomi (Rute: Jakarta-Bogor)*. Jurnal Teknik PWK Volume 2 Nomor 4 : <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/pwk>. p 1-11

- Baker, William E., James M. Sinkula, 1999. *The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance*. Journal of the Academy of Marketing Science, p.41-427
- Barney, J.B., 1986. *Organizational Culture: Can it be a Source of Sustained Competitive Advantage?* Academic of Management Review 11
- _____ 1991. *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. Journal of Management Vol 17 No 1
- _____ 1999. *Looking Inside for Competitive Advantage*. In *Strategic Human Resources Management*, edited by Jackson, S.E., and R.s. Schuler, Oxford:Blackwell
- Basri Modding, 2012. *Pemasaran Strategik*. Umitoha Ukhuwah Grafika. Makassar
- Becherer, R.C., Maurer, J.G., 1997. *The Moderating Effect of Environmental Variable on the Entrepreneurship and Marketing Orientation of Entrepreneurial Led Firm*. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 22 No 1, p. 47-58
- Best Roger J., 2004. *Market Based management, Strategies for Growing Customer Value and Profitability*, Third Edition, Prentice Hall, Pearson Education International
- Bharadwaj, Sundar G., P. Rajan Varadarajan, John Fahy, 1993. *Sustainable Competitive Advantage in Servical Industries: A Conceptual Model and Research Prepositions*. Journal Marketing P.83-99
- Boachie, F-Mensah1& Issau, K , 2015. *Market Orientation and thePerformance of Small and Medium-SizedManufacturingEnterprises in the Accra Metropolis*, International Journal of Marketing Studies; Vol. 7, No. 3; 2015. Canadian Center of Science and Education
- BPS Kabupaten Banggai, 2013. *Kabupaten Banggai Dalam Angka*.
- Buckley, Peter J., 2012. *Kewirausahaan dan Pertumbuhan Perusahaan : Perpanjangan dari Teori Penrose*. Dalam buku *Entrepreneurship, Teori, Jejaring, Sejarah*. Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Casson, M, 2012. *Entrepreneurship, Teori, Jejaring, Sejarah*. Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Chaharbaghi, K.,& Linch,R., 1999. *Sustainable Competitive Advantage: Toward a Dynamic Resource-Based Strategy*, Management Decision, Vol 37 No 1
- Chittithaworn , C., Dan Aminul Islam, 2011. *Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand*. Asian Social Science Vol. 7, No. 5; May 2011, www.ccsenet.org/ass
- Covin, J. G., and Slevin, D. P., 1989. *Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments*. *Strategic Management Journal*, 10, p.75-87

- Cravens, D.W., 1994. *Strategic Marketing*, Fourth Edition, (*International Editions*) Irwin Burr Ridge, Illinois
- Dauda, Yunus Adeke., Akingbade, W.A., 2010. *Employee's Market Orientation and Business Performance in Nigeria : Analysis of Small Business Enterprises in Lagos State*. International Journal of Marketing Studies. Vol 2 No 2, p 134-143
- David, Fred.R., 2009. *Strategic Management Concepts and Cases*, 12th Edition, Pearson Education International; Prentice Hall, New Jersey
- Droge, Comelia & Shownee Vickrey, 1995. *Source and Outcomes of Competitive Advantage : An Eksplanatory Study in the Furniture Industry*. Decision Science p. 669-689
- Drucker, Peter F. 1996. *Inovasi Dan Kewiraswastaan Praktek Dan Dasar-Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- _____, 1974. *Management, Task, Responsibilities, Practices*. William Heinemann Ltd, London. Diterjemahkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, Jakarta
- Emory, C William 1980. *Business Research Methods*, Revised Edition. Richard D Irwin. Inc. Homewood, Illinois
- Ferdinand, Augusty, 2006. *Structural Equation Modelling dalam Pengkajian Manajemen, Aplikasi Model-model Rumit dalam Pengkajian Thesis dan Disertasi*. Edisi 4. Seri Pustaka Kunci Uiversitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty, 2011. *Metode Pengkajian Manajemen. Pedoman Pengkajian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu manajemen*. Edisi ketiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Foon, L.S., Nair, P.B., 2010. *Revisiting the Concept of Sustainable Competitive Advantage : Perceptions of Managers in Malaysia MNCs*. International Journal of Business and Accountancy, Vol 1 No 1
- Glueck, William F., Lawrence R. Jauch., 1984. *Strategic Management and Business Policy*, Second Edition, McGraw Hill Inc., New York
- Ghozali, Imam, 2011. *Structural Equation Modelling Edisi 3 Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gonzalez-Benito, J., & Gonzalez-Benito, O. (2005). Environmental proactivity and business performance: Anempirical analysis. *Omega*, 33(1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.omega.2004.03.002>
- Hadjimanolis, Anthanasios, Keith Dickson, 2000. *Innovation Strategy of SMEs in Gyprus, A Small Developing Country*. International Small Business Journal vol 18 no 4, p.62-79
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C., 2006. *Multivariat Data Analysis*. New Jersey, Prentice Hall

- Hamper, Robert J., 2013. *The Ultimate Guide to Strategic Marketing, Real World Methods for Developing Succesfull Long Term Marketing*. Mc Graw Hill International
- Han, Jin.K, Namwoon Kim & Rajendra K. Srivastava, 1998. Market Orientation and Organizational Performance : Is Innovation a Missing Link?. *Journal of Marketing* Vol.62 (October) p. 42-45
- Handriani, Eka, 2011. *Analisis Faktor Daya Saing di Kabupaten Semarang*. Fakultas Ekonomi, Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI, Ungaran, Indonesia). *Jurnal dinamika manajemen, (JDM)* vol 2 no 1 2011 p. 17-25
- Hartono, Arif, 2013. *Investigating Market Orientation-Business Performance Relationship in the Yogyakarta (Indonesia) Batik Family Firms*. *International Journal of Marketing Studies*. Vol 5 No 5, p. 31-40
- Heller, R., 2004. *Tom Peters, Pengkhotbah Paling Laris yang Mengobarkan Revolusi Manajemen*. Erlangga, Jakarta (p.52)
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., 1995. *Entrepreneurship*, Irwin. Chicago, USA.
- Hitt, M.A., Ireland, R., Camp, M., & Sexton, D., 2002. *Strategic Entrepreneurship: Integrating Enterpreurial and Strategic Management Perspectives*. Dalam Hitt, M.A., Ireland, R., Camp, M., & Sexton, D.(Eds.) *Strategic Entrepreneurship : Creating a New Mindset*, Oxford. Blackwell.
- Hitt, M.A., Ireland, R., & Hoskisson, R.E., 2001. *Strategic Management: Competitiveness and Globalization* (4 ed). Cincinatti : South Western College Publishing.
- Husein Umar, 2004. *Metode Pengkajian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Idri, 2015. *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Prenadamedia Group, Jakarta
- Ireland, R. Duane, Hitt, Michael A., Sirmon, David G, 2003. *A Model of Strategic Entrepreneurship : The Construct and its Dimensions*. *Journal of Management* Vol 29 No 6, p 963-989
- Jaworski, B.J dan Kohli, A.K., 1993. *Market Orientation: Antecedents and Consequence*. *Journal of Marketing*, 57:53-70
- Jabnoun, Naceur, 2008. *Islam and Management*. International Islamic Publishing House, Riyadh, Saudi Arabia
- Kertajaya, Hermawan, 2002. *Mark Plus on Strategy, 12 tahun perjalanan Mark Plus & Co Membangun Strategi Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kumalaningrum, M.P., 2012. *Lingkungan bisnis, Orientasi Kewirausahaan, orientasi pasar dan kinerja Usaha Kecil Menengah*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 7 no 1, p.45-59

- Kuncoro, Theodurus, 2007. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Industri Kecil (Studi di Sentra Industri Kecil Cor Logam Pasuruan Jawa Timur)*, Disertasi S3, PPs-UNIBRAW, Malang
- Kreiser, P.M. L.D. Marino dan KM. Weaver. 2002. *Assesing the Psychometric Properties of Enterpreneurial Scala: A multi-Country Analysis*, Journal of Entrepreneurship Theory and Practice. Vol. 26, Iss, 4. P.71-103.
- Kontan online, 20 Agustus, 2014 *Pasar Bebas ASEAN (MEA)*. kontan.co.id/index.php/topik/pasar-bebas-asean-mea.
- Kotler, Philip & Keller, K.L, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- _____, 2013. *Marketing Management*, Fourteenth Edition. Pearson Horizon Editions
- Kotler, Philip, & Andreasen, A. R., 1987. *Strategic marketing for nonprofit organizations*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary, 2013. *Principle Of Marketing*, Fourteenth Edition. Pearson Horizon Edition.
- Lambing, Peggy dan Charies R. Kuehi. 2000. *Enterpreneurship. Second Edition. Prentice-Hall, Inc. New Jersey. USA. Global Competitiveness*. Journal of World Business. Vol 35 (4), 401-416. I of the Academy of Marketing Csience. Vol. 28, No. 2. p. 239-247.
- Lincoln Arsyad, Stephanus Eri Kusuma, 2014. *Ekonomika Industri, Pendekatan Struktur, Perilaku dan Kinerja*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Lio, S., Chang, W., Wu, C., & Katrichis, J. M., 2011. *A survey of market orientation research (1995-2008)*. *Industrial Marketing Management*, 40, 301-310.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G., 2000. *Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle*. *Journal of Business Venturing*, 16(5), p.429-451
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G., 1996. *Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Lingking it to performance*. *Academy of Management Review*, Vol 21 (1) p.231-252
- <http://www.liputan6.com/tag/masyarakat-ekonomi-asean>. 26 Desember 2013. **Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Hal yang Perlu Dipersiapkan Pemerintah Sambut MEA di 2015,**
- <http://news.liputan6.com/read/747106/pejuang-dan-hambatan-indonesia-dalam-aec-2015>, 15 november 2013. **Peluang dan Hambatan Indonesia dalam AEC 2015**
- <https://infoukm.wordpress.com/2008/08/11/keragamandefinisi-ukm-di-indonesia>. Keragaman Definisi UKM di Indonesia. diunduh, 06 Februari 2015.

- Mahdi, Omar Rabee'a & Almsafir Mahmoud K, 2012. *Diagnosing of Sustainable Competitive Advantage Using Six Sigma Methodologi*. International Journal of Bussiness and Management Vol. 7 No 7
- Mahoney, J.T. and J.R. Pandian, 1992. The Resource-based View within the Conversation of Strategic Management, *Strategic Management Journal*, Vol.13, No.5 (June), pp. 363-380.
- Malhotra, Naresh K., 2009. *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*, edisi keempat Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. PT Indeks
- Maldonado, M. U., Dias, N., & Varvakis, G. 2009. Managing innovation in small high technology firms: Acase study in Brazil. *Journal of Technology Management and Innovation*, 4(2), 130-142.
- Marr, B., & Schiuma, G. 2003. Business performance measurement - past, present and future. *Management Decision*, 41(8), 680-687. <http://dx.doi.org/10.1108/00251740310496198>
- Marijati Sangen. 2005. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Budaya Terhadap Kinerja Usaha Kecil Etnis Cina, Bugis, Jawa dan Banjar (Studi Pada Industri Pengolahan Pangan di Kalimantan Selatan)*.
- Magretta, Joan., 2012. *Understanding Michael Porter, Panduan paling Penting tentang Kompetisi dan Strategi*. Andi, Yogyakarta
- Meng-Shan Tsai, et al (2013). The Direct and Indirect Factors on Affecting Organizational Sustainability. *Journal of Management and Sustainability*; Vol. 3, No. 4; 2013.
- Meredith Geoffrey G., Robert E. Nelson, Philip A. Neck, 2005. *Kewirausahaan Teori dan Praktek. Cetakan 8 (Terjemahan : The Practice of Entrepreneurship)* LPPM dan PT Pustaka Binaman Presindo, Jakarta
- Miller, D., 1993. *The Correlate of Entrepreneurship in Three Types of Firms*. *Management Science*, Vol.29 (7), p. 770-791
- Milles P. Morgan, Covin G Jefferey, Heeley Michael, 2000. The Relationship Between Dynamism and Small Firm Structure, Strategy, and Performance. *Journal of Marketing Theory and Parctice* pp 63-74.
- Michael, B.N., Ogwo, E., 2013. *Trade Sales Promotion Strategies and Marketing Performance in the Soft Drink Industries in Nigeria*. *International Journal of Marketing Studies* Vol 5 No 4.
- Micheels, Eric T., Gow, Hamis, 2012. *The Effect of Alternative Market Orientation Strategies on Firm Performance*. *International Journal of Marketing Studies*. Vol 4 No. 3, p.2-15
- Mohd, Wael., Idris, Subhi., & Momani, Raed A., 2013. *Impact of Enviromental Dynamism on Marketing Strategy Comprehensiveness and Organizational Performance*. *International Journal of Business and Management*. Vol 8 No. 9, p 40-49

- Moullin, M., 2003. Defining performance measurement. *Perspectives on Performance*, vol 2(2), p.3-11
- Mole, Kevin., Woral, Less, 2001. Innovation, Business Performance and Regional Competitiveness in the West Midlands. Evidence from West Midlands Business Survey. *European Business Review*. Vol 13 (6), p.353-364.
- Mullins John W., Walker Orville C, Jr., 2013. *Marketing Management, Strategis, Decision Making, Approach*, Eighth Edition. Mc. Graw Hill International
- McDaniel, Carl., Gates, Roger 2001. *Riset Pemasaran Kontemporer*. Buku 1. Salemba Empat, Jakarta
- Nadkarni, S., & Narayanan, V.K., 2007. *Strategic Scheman, Strategis Flexibility, and Firm Performance: The Moderating Role of Industri Clockspeed*. *Strategic Management Journal*, 28. <http://dx.doi.org/10.1002/smj.576>
- Nasir, Mohammad & Agus Handoyo, 2003. *Pengaruh Orientasi Wirausaha terhadap Kinerja Perusahaan Kecil dengan Lingkungan dan Strategi sebagai Komponen Moderat*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Vol 12 p.89-104
- Nazir, Moh., 1988. *Metode Pengkajian*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Narver, J.C& Slater, S.F., 1990. *The Effect of a Market Orientation on Bussiness Profitability*, *Journal of Marketing*, Vol 20, No 10, p. 20-35
- Njanja, W.L., 2012. *The Effects of the External Environment on Internal Management Strategies Within Micro, Small and Medium Enterprses ; Kenyan Case*. *International Journal of Business and Management*. Vol 7 No 3, p 194-205
- Notobroto, Hari Basuki., 2012. *Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis=CFA) dengan LISREL 8.50 (Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen)*. Materi Pelatihan SEM disertai Komponen Moderating dan Partial Least Square. Fakultas Kedokteran Hewan Universitas Airlangga, Surabaya
- Nurhajati, 2003. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Dan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil yang Berorientasi Ekspor di Jawa Timur*. Disertasi S3 PPs-Universitas Brawijaya
- Ogbonna, Benson U., Ogwo E, 2013. Market Orientation and Corporate Performance of Insurance Frims in Nigeria. *International Journal of Marketing Studies* Vol. 5 no. 3, p 104-116
- Oudan, R., 2012. *Market Orientation-Transforming and Firm Performance*. *International Journal of Marketing Studies* Vol 4. No 2, p.3-8
- Palalic, Ramo & Busatlic, Senad, 2015. Exploratory Research on Relationship between Entrepreneurial Orientation Dimensions and Business Performance and Growth of Fast and Slow Growing Small and Medium

- Enterprises in Bosnia and Herzegovina. *International Journal of Business and Management*; Vol. 10, No. 2; 2015. Canadian Center of Science and Education
- Pangeran, P., 2012. *Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Kinerja Keuangan Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil Menengah*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Vol. 7 no 1 Juni 2012
- Pearce, J.A., & Robinson, A., 2009. *Formulation, Implementation and Control of Competitive Strategy*, 11th Edition, McGraw-Hill Irwin, New York
- Porter, M.E., 1985. *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*, New York. Free Press
- _____. 1998. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance : with a New Introduction*, New York. Free Press
- Prahalad, C., 2006. *The Core Competence of the Corporation*. Harvard Business Review.
- Priyanto, S.H., 2004. *Pengaruh Lingkungan Eksternal, Kewirausahaan dan Kapasitas Manajemen Terhadap Kinerja Usaha Tani: Studi Empiris pada Petani Tembakau di Jawa Tengah*. Disertasi Doktor Ilmu Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya, Malang
- Ratang, W., 2012. *Kewirausahaan Korporasi dan Orientasi Pasar dalam Membentuk Manajer yang Berorientasi Pembelajaran serta Dampaknya terhadap Kinerja Bisnis (Suatu Survey pada Pebisnis Usaha Kecil dan Menengah di Jayapura dan Manokwari)*. Disertasi Doktor Ilmu Ekonomi Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Padjajaran, Bandung
- Reswanda, 2011. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo*. Jurnal Disertasi Universitas Airlangga, Maret 2011. Surabaya
- Sahaka, H.A., 2012. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Budaya Organisasi dan Produktivitas Kerja terhadap Kinerja Bisnis dan Daya Saing Industri Kecil Mebel di Kabupaten Kolaka*. Disertasi Doktor Ilmu manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Muslim Indonesia, Makassar
- Soegoto, Soeryanto, 2007. *Pengaruh Lingkungan Pemasaran Eksternal dan Lingkungan Pemasaran Internal terhadap Strategi Pemasaran (Survei pada PTS di Kopertis Wilayah IV Jawa Barat dan Banten)*. Jurnal Ekono Insentif Kopwil4, Volume 2 No.1, April 2007
- Setiawan, I., 2012. *Agribisnis Kreatif, Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekuatan Dunia Baru menuju Kemakmuran Hijau*, Penebar Swadaya, Jakarta
- Shin, Sohyoun, 2012. *Decomposed Approach of Market Orientation and Marketing Mix Capability : Research on Their Relationships with Firm*

- Performance in the Korean Context*. International Business Research, Vol 5 No 1, p.22-32
- Stanisavljev, S., Dordevic, D & Cockalo, D. 2009. Analysis of Competitiveness of Domestic Enterprises on The Global Market. *Singidunum Journal of Applied Sciences*. Vol. 9, No. 1, pp: 1-8.
- Sugiyono, 2010. *Metode Pengkajian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Alfabet Bandung, cetakan ke 15
- Sukirno, S., 2012. *Mikroekonomi, Teori Pengantar*, Edisi Ketiga. RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Sukarno, J.E., 2008. *Pengaruh Orientasi Pembelajaran dan Kemampuan Produksi terhadap Kinerja Bisnis pada Perusahaan di Jawa Timur*. The National Conference UKWMS, Surabaya 6 September.
- Tambunan, Tulus, 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, Isu-Isu Penting*. LP3ES, Jakarta
- Tjiptono, Fandy., 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- Twiharto Mulyo, 2012. *Konsep Dasar Kewirausahaan*. Materi Belajar Kewirausahaan, Universitas Esa Unggul, Jakarta
- Veithzal Rivai Z., dkk, 2013. *Islamic Management, Meraih Sukses melalui Praktik Manajemen Gaya Rasulullah secara Istiqomah*. BPFE Yogyakarta
- _____, Halim Alamsyah, M. Syafii Antonio, 2015. *Islamic Entrepreneurship: Maju, Berkembang dan Bertahan dengan Teladan Bisnis Rasulullah*, Gramedia, Jakarta
- _____, M. Syafii Antonio, Salim Basalamah, 2015. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Marketing Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW.*, Gramedia, Jakarta
- Voss, G.B., and Voss, Z.G, 2000. *Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment*. Journal of Marketing, January, p. 67-83
- Weerawardena, J., & O’Cass, A., 2003. *Exploring the Characteristics of Marketing-Driven Firms and Antecedents to Sustained Competitive Advantage*. *Industrial Marketing Management*
- Wiklund, J. (1999). *The Sustainability of The Entrepreneurial Orientation Performance Relationship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*
- _____, & Shepherd, D., 2003. *Knowledge-Based Resources Entrepreneurial Orientation and The Performance of Small and Medium-Sized Business*. Strategic Management Journal. Vol 24 no 13, p.1307-1314
- Wingwon, Boonthawan., 2012. *Effects Entrepreneurship, Organization Capability, Strategic Decision Making and Innovation toward The Competitive Advantage of SMEs Enterprises*. Journal of Management and Sustainability, Vol 2 No 1, p 137-150

Yucel, Ilhami., 2011. *Entrepreneurial Orientation, Executive' Individualism and Firm Performance : The Moderating Role of Executive' Individualism*. Far East Journal of Psychology and Business Vol 5 No 3.

PROFIL PENULIS



Nurhidayah Layoo lahir di Pulau Taliabu, 10 Mei 1975, dari pasangan H. Layoo Boene dan Hj. Wa Ode Olu (Alm). Merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Menikah dan dianugerahi empat orang putra dan seorang putri. Menempuh pendidikan dasar dan menengah pertama di Pulau Taliabu provinsi Maluku Utara, sekolah menengah atas di pulau Tomia Wakatobi dan tamat di SMA Negeri 1 Bau Bau Buton Sulawesi Tenggara. Menyelesaikan jenjang pendidikan tinggi S1, S2 dan S3 di Universitas Muslim Indonesia. S1 Sosial Ekonomi Pertanian Lulus tahun 1997, tahun yang sama mendapat beasiswa dari almamaternya ke S2 Manajemen dan Lulus tahun 1999 sebagai Lulusan Terbaik, kemudian tahun 2012 lanjut studi S3 Manajemen Pemasaran, berhasil Lulus tahun 2015 sebagai Lulusan Terbaik dengan IP 4,00.. Sejak tahun 2000 menjadi dosen tetap di Universitas Muhammadiyah Luwuk Banggai (UMLB) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Juga mengajar pada program studi Agribisnis, Pendidikan Islam Anak Usia Dini. Aquakulture, Ilmu Pemerintahan serta Ilmu Komunikasi. Jabatan yang pernah diamanahi adalah dekan Fakultas Pertanian, Koordinator bidang penelitian, koordinator bidang pengabdian di LP3M, Ketua PD Nasyiatul Aisyiyah, sekretaris PD 'Aisyiyah Banggai. Founder dan kepala Lembaga Analysis on Smart (LAoS) dan pengawas pada yayasan pendidikan Daarul Amanah membantu ayahanda mengembangkan pondok pesantren di kampung halaman, Aktif melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat, baik yang didanai secara pribadi, maupun oleh kampus, Kementerian Riset dan Teknologi RI, Pemerintah daerah, BUMN (Pertamina dan PLN), dan perusahaan swasta antara lain Medco Energi dan Panca Amara Utama. Selain menulis buku, artikel ilmiah yang publish di jurnal nasional dan Internasional, hingga memperoleh hak atas kekayaan intelektual. Jabatan fungsional Lektor Kepala dan sedang proses pengusulan Guru Besar. Kontak **WA: 081341105092** ; Email: nhlayoo@gmail.com

Strategi Usaha Kecil

Meraih Keunggulan Berkelanjutan

Pemberlakuan ASEAN Economic Forum (AEC) mulai tahun 2015 mengacu pada empat pilar, yaitu ASEAN sebagai *single market and production base*; ASEAN sebagai kawasan dengan daya saing tinggi (*a highly competitive economic region*); ASEAN sebagai kawasan dengan pengembangan ekonomi yang merata dengan elemen pengembangan UMKM (*a region of equitable economic development*); dan ASEAN sebagai kawasan terintegrasi (*a region fully integrated in to the global economy*). Dalam lanskap persaingan AEC ini, Usaha Mikro Kecil (UMKM) perlu menerapkan strategi usaha paripurna yang meliputi orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan analisis kritis terhadap dinamika lingkungan eksternal. Menurut Hitt et al (2002) meningkatnya dinamika lingkungan dan kian intensifnya persaingan, perusahaan ditantang untuk memperbaiki orientasi kewirausahaan agar dapat bersaing dan bertahan hidup. Orientasi kewirausahaan berhubungan dengan kinerja perusahaan yang lebih baik karena berupaya mengidentifikasi peluang dan mengembangkannya untuk mencapai keunggulan bersaing. Beberapa penelitianpun membuktikan bahwa orientasi pasar mempengaruhi kinerja usaha yang ditandai dengan penjualan, profitabilitas dan kepuasan konsumen yang kian meningkat serta pertumbuhan pelanggan yang semakin luas. Akguin et al (2008) mengkonfirmasi bahwa perubahan lingkungan eksternal meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu memahami dampak faktor-faktor lingkungan eksternal terhadap pertumbuhan usaha kecil adalah sangat penting, walaupun kinerja perusahaan kecil secara tradisional dipengaruhi oleh faktor-faktor manajerial namun faktor-faktor lingkungan eksternal memiliki dampak kuat pada kinerja bisnis. Penelitian Layoo (2015) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan dinamika lingkungan eksternal berpengaruh signifikan pada keunggulan bersaing berkelanjutan.

Buku ini ditulis melalui pendekatan teoritis dan praktis para pendidik di Indonesia. Tujuannya untuk menyajikan inovasi dalam proses pendampingan penambahan wawasan untuk para penikmat buku ini. Pembahasan dimulai dengan ulasan umum mengenai strategi usaha kecil untuk pengembangan berkelanjutan baik berdasarkan definisi juga terkait perkembangannya, kemudian dilanjutkan secara lebih mendalam mengenai Orientasi kewirausahaan dan kinerja keunggulan dalam bersaing kemudian menjelaskan karakteristik dan teori usaha dan diakhiri dengan bahasan mengenai relevansi hasil analisa orientasi kewirausahaan dan kinerja keunggulan dalam bersaing. Semua topik dan tulisan yang disatukan dalam buku ini menekankan pada pentingnya strategi usaha kecil untuk pengembangan berkelanjutan.