

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN
ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
UMKM DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0
(Studi pada UMKM Makanan dan Minuman
Kabupaten Banyumas)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**FADHILAH LAELY SYIFA
NIM. 1617201101**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM DI ERA REVOLUSI
INDUSTRI 4.0 (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman
Kabupaten Banyumas)**

Fadhilah Laely Syifa

NIM. 1617201101

e-mail : fadhilahlaelysyifa@gmail.com

ABSTRAK

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan entitas bisnis yang mempunyai peranan strategis dalam meningkatkan perekonomian nasional. Kontribusi UMKM menjadi tulang punggung perekonomian negara terlihat dalam perannya sebagai pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, UMKM juga sebagai wadah untuk penciptaan wirausaha baru. Wirausaha saat ini dihadapkan dengan gelombang revolusi industri 4.0, yang mengharuskan UMKM untuk memeriksa ulang cara mereka dalam menjalankan bisnis, sehingga tidak tergilas di tengah persaingan. Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar merupakan pelopor sekaligus penguatan untuk memiliki keunggulan bersaing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Banyumas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman yang terdaftar di UMKM binanan Kabupaten Banyumas yaitu sebanyak 23 UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah korelasi *rank spearman*, *konkordansi kendall w* dan regresi ordinal dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman Kabupaten Banyumas; 2) orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman Kabupaten Banyumas; 3) orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman Kabupaten Banyumas.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing

**THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION
AND MARKET ORIENTATION ON COMPETITIVE ADVANTAGE
IN FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION
(A Study on Micro, Small and Medium Enterprises of Food and Beverage
in Banyumas Regency)**

**Fadhilah Laely Syifa
NIM. 1617201101**

e-mail : fadhilahlaelysyifa@gmail.com

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are business entities that have a strategic role in improving the national economy. The contribution of MSMEs to be the backbone of the country can be visible in its role as service economy widely to the public, the process of equity and increase in people's income, encouraging economic growth, as well as to realize national stability. In addition, MSMEs also plays an important part in growing the new entrepreneurs. Entrepreneurs is currently faced with a wave of the fourth industrial revolution which requires MSMEs to re-check the way they are in running a business, so it is not crushed in the middle of the competition. The entrepreneurial orientation and market orientation are both pioneers and reinforcement to have a competitive advantage.

This research aims to determine the influence of entrepreneurial orientation and market orientation on competitive advantage in food and beverage micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Banyumas Regency. This study uses a quantitative approach. The population in this study are food and beverage MSMEs who are included in the list of established MSMEs in Banyumas Regency. The number of population in this study were 23 MSMEs. The sampling technique uses a saturated sampling method. This study uses data collected by a questionnaire on Small and medium Enterprises of food and beverage in Banyumas Regency. The data analysis using SPSS software with spearman rank correlation, kendall's coefficient of concordance and ordinal regression.

The results showed that that the entrepreneurial orientation proved positive and significant impact on competitive advantage of food and beverage MSMEs in Banyumas Regency; market orientation proved positive and significant effect on competitive advantage of food and beverage MSMEs in Banyumas Regency; market orientation and entrepreneurial orientation proved positive and significant impact on competitive advantage of food and beverage MSMEs in Banyumas Regency.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, Competitive Advantage

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	xiv
PERSEMBAHAN	xivi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	ix
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Kajian Pustaka.....	7
B. Kerangka Teori.....	13
1. Orientasi Kewirausahaan	13
a. Pengertian Orientasi Kewirausahaan	13
b. Indikator Orientasi Kewirausahaan.....	15
c. Orientasi Kewirausahaan Menurut Perspektif Islam.....	18
2. Orientasi Pasar	20
a. Pengertian Orientasi Pasar	20
b. Indikator Orientasi Pasar.....	22
c. Orientasi Pasar Menurut Perspektif Islam.....	25
3. Keunggulan Bersaing	30
a. Definisi Keunggulan Bersaing	30

b. Indikator Keunggulan Bersaing	31
c. Keunggulan Bersaing dalam Perspektif Islam	32
4. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	33
a. Definisi UMKM	33
b. Ciri-Ciri UMKM	34
c. Peran UMKM	36
5. Revolusi Industri 4.0	38
C. Rumusan Hipotesis	41
1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing	41
2. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	42
3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Tempat dan Waktu Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel	43
D. Variabel dan Indikator Penelitian	44
E. Metode Pengumpulan Data	45
F. Metode Analisis Data	46
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	54
A. Gambaran Umum Responden	54
B. Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	56
C. Hasil Uji <i>Konkordansi Kendall W</i>	56
D. Hasil Uji Regresi Ordinal	59
E. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan entitas bisnis yang mempunyai peranan strategis dalam meningkatkan perekonomian nasional. Sektor UMKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi krisis ekonomi 1998, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh kolapsnya ekonomi. Pada krisis ekonomi tahun 1998, sektor UMKM memang jadi penopang ekonomi karena mayoritas belum mendapatkan akses finansial dan permodalan sehingga tidak terdampak krisis. Namun saat ini, sektor UMKM justru paling rentan atas imbas virus corona. Kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM. UMKM mengalami kerugian yang tak bisa dihindarkan akibat adanya pandemi COVID-19, karena produk yang dipasarkan sepi pembeli. Namun, di era industri 4.0 yang serba digital dan modern ini, UMKM bisa mulai memanfaatkan internet untuk mendukung aktivitas perekonomian (Pakpahan, 2020).

Usaha mikro, kecil, dan menengah juga telah mampu memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi UMKM pada PDB sebesar 59,84% di tahun 2016 dan meningkat menjadi 60% di tahun 2017. Kontribusi tersebut sejalan dengan pertumbuhan jumlah UMKM yang terus berkembang. Jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 2,06% atau 1,2 juta unit usaha dari 61,7 juta unit usaha di tahun 2016 menjadi 62,9 juta unit usaha di tahun 2017. Sektor ini memiliki pangsa pasar yang sangat besar yakni 99,99% dari seluruh pebisnis di Tanah Air. UMKM juga memiliki peran dalam menyerap tenaga kerja hingga 116,6 juta orang atau sebesar 97,02% di tahun 2017 (Kementerian Koperasi dan UKM, 2017).

Selama ini UMKM telah membuktikan kemampuannya bertahan dalam situasi ekonomi yang sulit. Meskipun telah diketahui ketahanannya dalam menghadapi perlambatan ekonomi, terkait dengan kondisi terkini Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) Ikhsan Ingrabatun memperkirakan omset UMKM di sektor non kuliner turun 30-35% sejak Covid-19 penyebabnya adalah penjualan produk ini mengandalkan tatap muka atau pertemuan antara penjual dan pembeli secara fisik. UMKM yang menjual produk non-kuliner menyasar wisatawan asing sebagai pasar (Kompas, 10 Maret 2020). Himbauan dari Pemerintah mengenai *social distancing* yang dicanangkan mulai tanggal 15 Maret 2020 juga diprediksi dapat berdampak serius terhadap penyerapan produk UMKM. Maka dari itu, diperlukan perhatian lebih dari pemerintah kepada sektor UMKM sebagai penggerak utama perekonomian bangsa.

Kontribusi UMKM di level nasional membuktikan bahwa UMKM merupakan salah satu tulang punggung negara untuk meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyumas juga ditopang oleh sektor UMKM. Struktur perekonomian Banyumas selama lima tahun terakhir (2014-2018) didominasi oleh 5 (lima) kategori lapangan usaha, diantaranya yaitu industri pengolahan; perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil, dan sepeda motor; konstruksi; pertanian, kehutanan, dan perikanan; pertambangan dan penggalian. Hal ini dapat dilihat dari peranan masing-masing lapangan usaha terhadap pembentukan PDRB Banyumas. Peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Banyumas pada tahun 2018 dihasilkan oleh lapangan usaha industri pengolahan yang didominasi industri mikro kecil, yaitu mencapai 24,34 persen (naik dari 23,38 persen di tahun 2014). Pada kategori industri pengolahan, sub kategori yang menyumbang peranan terbesar adalah industri makanan dan minuman (Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, 2018: 80). Sub kategori industri makanan dan minuman mencatatkan laju pertumbuhan sebesar 6,76% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, 2018: 95).

Tabel 1.1
Data UMKM Binaan Kabupaten Banyumas

No.	Sektor	Jumlah unit usaha			Jumlah
		Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	
1.	Pertanian, peternakan, Kehutanan & Perikanan	1	3	5	9
2.	Industri Pengolahan -Makanan dan minuman	18	5		23
	- Kerajinan	84	14		98
	- Konveksi	3	2		5
3.	Perdagangan, Hotel, Restoran		1		1
					136

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas, 2019.

Usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Banyumas memiliki beberapa kendala antara lain, pembukuan, pengemasan, keuangan, pemasaran dan harga (Nurbita Agnia, 2020). Banyak produk UMKM Banyumas seperti kripik pisang, jamu herbal, ubi dan lain sebagainya yang dijual ke pasar luar Banyumas, namun sebagian besar akan dikemas ulang oleh pengusaha luar sehingga akan kehilangan identitas Banyumas (Suara Merdeka, 2019). Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak dinas koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas, diketahui bahwa UMKM makanan dan minuman Banyumas memiliki keunggulan bersaing. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya produk makanan dan minuman Banyumas yang terjual di berbagai kota. Namun, UMKM di Banyumas kurang memperhatikan pasar dan hanya sebagian kecil yang bertindak proaktif.

Selain menghadapi kendala tersebut, UMKM juga menghadapi tantangan revolusi industri 4.0., yang merupakan fase keempat dari perjalanan sejarah revolusi industri yang dimulai pada abad ke -18. Pemerintah menuntut UMKM untuk mampu mengikuti kemajuan teknologi informasi. Apabila tidak menerapkan digitalisasi ekonomi maka koperasi dan UKM di Indonesia akan ketinggalan dan tergilas dalam peta persaingan usaha. Sementara pelaku

UMKM yang berjumlah sekitar 59.2 juta mayoritas hampir 98% pelaku usaha mikro, baru 3.5%-5% yang usahanya mengarah pada penerapan sistem berbasis IT (Kementrian Koperasi dan UKM, 2017). Pemerintah menargetkan pada tahun 2020 delapan juta UMKM terintegrasi dengan teknologi. Namun, banyak tantangan untuk mewujudkan target tersebut, seperti rendahnya literasi digital pemilik UMKM, pola pikir pelaku UMKM yang tidak membutuhkan website atau hanya cukup dengan media sosial (IDN Times, 2019).

Di era sekarang, dunia sudah tidak lagi dibatasi ruang dan waktu, tentu persaingan semakin ketat. Pemenang dalam kompetisi adalah mereka yang memiliki kemandirian kuat, kreativitas dan inovasi serta manajemen diri yang baik. Setiap usaha pasti menghadapi rintangan. Persaingan yang ada menimbulkan peluang dan ancaman. Dengan adanya manajemen yang baik maka seorang pengusaha dapat menerima dan mengelola serta mengambil manfaat dari hal tersebut (Aziz, 2016: 75). Firman Allah dalam surat al fushilat ayat 40 :

إِنَّ الَّذِينَ يُلْحِدُونَ فِي آيَاتِنَا لَا يَخْفَوْنَ عَلَيْنَا أَفَمَنْ يُلْقَى فِي النَّارِ خَيْرًا مِّن مَّن يَأْتِيءَ آمِنًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَعْمَلُوا مَا شِئْتُمْ إِنَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٤٠﴾

Artinya :

Sesungguhnya orang-orang yang mengingkari ayat-ayat Kami, mereka tidak tersembunyi dari kami. Maka Apakah orang-orang yang dilemparkan ke dalam neraka lebih baik, ataukah orang-orang yang datang dengan aman sentosa pada hari kiamat? perbuatlah apa yang kamu kehendaki; Sesungguhnya Dia Maha melihat apa yang kamu kerjakan (Departemen Agama Republik Indonesia, 2010: 482).

Manusia diberi anugerah oleh Allah kemampuan untuk melaksanakan sesuatu sesuai kehendaknya. Oleh karena itu, manusia diperintahkan untuk bekerja atau berbisnis guna menghasilkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya. Namun demikian, kemampuan yang dimiliki manusia, tidak serta merta menghilangkan kuasa Allah sebagai penentu atas berhasil tidaknya usaha yang dilakukan. Karenanya, perencanaan, usaha maksimal, doa, keikhlasan, berorientasi pada ridha Allah Swt diperlukan untuk bisa berhasil dalam menjalankan suatu usaha (Aziz, 2016: 76).

Revolusi industri keempat mempunyai dampak terhadap bisnis, sebagai pergeseran yang tidak terhindarkan dari digitalisasi sederhana yang mengarakterisasikan revolusi industri ketiga ke sebuah bentuk inovasi yang jauh lebih rumit berdasarkan kombinasi dan begitu banyak teknologi dengan cara yang sama sekali baru. Situasi tersebut telah memaksa perusahaan untuk memeriksa ulang cara mereka menjalankan bisnis dan mengambil bentuk-bentuk baru (Schwab, 2019: 64). UMKM agar dapat bersaing di dunia global dan adaptif terhadap perubahan di era industri 4.0, diperlukan sumberdaya yang dapat menciptakan nilai sehingga memperoleh keunggulan bersaing. Bharadwaj menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Budaya perusahaan yang menekankan pada pentingnya perusahaan untuk memperhatikan pasar (berorientasi pasar) akan mengarah pada penguatan keunggulan bersaing perusahaan tersebut (Bharadwaj, 1993). Adapun menurut Suryana (2007: 14) orientasi kewirausahaan disebut sebagai *spearhead* (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Terkait latar belakang di atas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Banyumas ?
2. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Banyumas ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan dan orientasi

pasar secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Banyumas ?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Banyumas.
- b. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Banyumas.
- c. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Banyumas.

2. Kegunaan Penelitian:

Dari tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan memberi kegunaan yaitu:

- a. Secara Teoritik, yaitu:
 - 1) Memberikan sumbangan pemikiran tentang pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.
 - 2) Memberikan sumbangan pemikiran tentang pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.
 - 3) Memberikan sumbangan pemikiran tentang pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.
- b. Kegunaan praktis, yaitu dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM untuk mencapai keunggulan bersaing di era revolusi industri 4.0 dan bagi pemerintah dalam menetapkan kebijakan terkait UMKM.
- c. Memberikan sumbangan keilmuan dan memperkaya bahan pustaka pada perpustakaan IAIN Purwokerto.
- d. Menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas)” maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Dari hasil uji hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman Kabupaten Banyumas. Artinya, semakin baik orientasi kewirausahaan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah maka keunggulan bersaing akan baik pula. Dan begitu pun sebaliknya.
2. Dari hasil uji hipotesis kedua, menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman Kabupaten Banyumas. Hal ini berarti semakin baik orientasi pasar yang dimiliki oleh pelaku UMKM maka semakin baik keunggulan bersaing.
3. Dari hasil uji hipotesis ketiga, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman Kabupaten Banyumas. Dengan demikian, berarti semakin baik orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin baik juga keunggulan bersaing.

B. Saran

1. Bagi pelaku UMKM, diharapkan lebih memperhatikan orientasi kewirausahaan. Dimensi-Dimensi dalam orientasi kewirausahaan harus ditingkatkan. Proaktif, inovasi, dan keberanian mengambil risiko penting untuk senantiasa dilaksanakan sehingga memiliki keunggulan bersaing

yang tinggi. Dengan mengedepankan sikap proaktif dan inovasi maka UMKM akan mampu adaptasi dan bertahan di tengah persaingan bisnis pada era revolusi industri 4.0

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan variabel lain selain variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar guna menyempurnakan penelitian dan memperkaya khasanah penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. 2019. *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aprizal. 2018. *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Arikunto, S. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2016. *Manajemen Kewirausahaan Islami*. Yogyakarta: Editie Pustaka.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, 2018. *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Banyumas Menurut Lapangan Usaha 2014-2018*, Banyumas: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas.
- Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*, Jakarta: Bank Indonesia.
- Bharadwaj, Sundar G, P.R.Varadarajan, & Fahly, Jihn. 1993. "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions". *Journal of Marketing*. Vol. 57.
- Dalimunthe, M. B. 2017. "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk". *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol. 3. No. 1.)
- Darmanto. 2015. *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi: Penerapan Variabel Anteseden, Moderasi dan Mediasi dalam Penelitian Ilmiah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Darmanto & Wardaya, S. 2016. *Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2010. *Al-Qur'an Dan Tafsir Perkata Tajwid Kode Angka*. Tangerang Selatan: Kalim.

- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas, 2018. *Daftar UMKM Binaan Kabupaten Banyumas*, Banyumas: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas.
- Farid. 2017. *Kewirausahaan Syariah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Febriatmoko, B. & Raharjo, S. T. 2015. "Meningkatkan Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing Kuliner Khas Semarang". *CBAM*. Vol. 2. No.1.
- Feranita, N. V. & Setiawan, H. A. 2018. "Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM". *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*. Vol. 18. No. 1.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, A. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hadi, S. 2001. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Helia, R., Farida, N. & Prabawani, B. 2015. "Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo)". *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*.
- Hery Pratono, A. 2018. *Ekonomi Perilaku Usaha Kecil: Teori Kewirausahaan, Konsep Perilaku, dan Agenda Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indriani, E., Utomo, A. & Edy, I. C., 2020. *Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal*. Yogyakarta: Deepublish.
- Isna, A. & Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif Dengan IBM SPSS Statistics 20*. Purwokerto: STAIN Press.
- Jayaningrum, E. & Sanawiri, B. 2018. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Kuliner Kafe kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB.)* Vol. 54 No. 1 .

- Kamilah, S. & Fadilah, N. 2017. *Marketing Syariah: Hubungan antara Agama dan Ekonomi*. Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy .
- Kementerian Koperasi dan UKM, 2017. KUKM Tanpa Digitalisasi Ekonomi Akan Ketinggalan. *Cooperative No.8*.
- Kementerian Koperasi dan UKM, 2017. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) Tahun 2012 – 2017*, Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kementerian Perindustrian. 2017. *Making Indonesia 4.0: Strategi RI Menghadapi Revolusi Industri Ke-4*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Kertajaya, H. & Sula, M. S. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Lestari, E. R. 2019. *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: UB Press.
- Lestari, I., Astuti, M. & Ridwan, H. 2019. "Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol. 4. No. 1.
- Medhika, N. G. A. J., Giantri, I. G. A. K. & Yasa, N. N. K. 2018. "Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM". *Jurnal INOBIS (Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia)*. Vol. 1. No. 2.
- Munawaroh, M., Rimiati, H. & Fajarwati. 2016. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Octavia, A., Zulfanetty & Erida. 2017. *Pemasaran Strategik Berorientasi Pasar Strategi Meningkatkan Bisnis UMKM*. Jambi: Salim Media.
- Paulus, A. L. & Wardhani, Z. K. 2018. "Keunggulan Bersaing Usaha Cake dan Bakery: Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Produk". *Jurnal Manajemen* . Vol. 10. No. 2.
- Rabiatul Adawiyah, W. 2013. Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *Jurnal FEB Universitas Jenderal Soedirman*.
- Radar Banyumas, 2016. [Online] [Diakses 12 November 2019].

- Sabhan, H. 2015. *Menembus Badai UMKM*. Makasar: Sah Media.
- Schwab, K. 2019. *Revolusi Industri Keempat*. Jakarta: Gramedia.
- Soehadi, A. W. 2012. *A Value Creation Approach*. Jakarta: Prasetia Mulya.
- Suara Merdeka. 2019. *Produk Unggulan Banyumas Dipamerkan di Harkopnas Expo*. [Online] [Diakses 26 November 2019].
- Sugiarto. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto & Subagja, I. K. 2018. "The Influence of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation to Competitive Advantage Through Business Innovation: Study on Batik Trusmi Cirebon West Java Province Indonesia". *International Review of Management and Marketing*. Vol. 8. No. 1.
- Sunyoto, D. 2015. *Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryana. 2007. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syahrum & Salim. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Widjanarko, B., Sinaga, D. S. & Tidjani, A. M. 2015. *Kumpulan Khotbah Bisnis dan Keuanagan Syariah*. Surabaya: OJK.
- Wusko, A. U. & Nizar, M. 2017. "Pengaruh Entrepreneurial Orientation Dan Market Orientation Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pada Ukm Di Kabupaten Pasuruan". *Journal Knowledge Industrial Engineering (JKIE)*. Vol. 04. No. 03.