



UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEINOVASIAN DAN KINERJA UKM
BIDANG KULINER DI WILAYAH GROGOL PETAMBURAN, JAKARTA
BARAT, DENGAN ORIENTASI PEMBELAJARAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

Diajukan Oleh:

NAMA : FELICIA TANZIL

NIM : 115100103

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT

GUNA MENCAPAI GELAR

SARJANA EKONOMI

2014

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FELICIA TANZIL

NO. MAHASISWA : 115100103

PROGRAM JURUSAN : S1 / MANAJEMEN

MATA KULIAH POKOK : KEWIRAUSAHAAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR
DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
KEINOVASIAN DAN KINERJA UKM
DENGAN ORIENTASI
PEMBELAJARAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

Jakarta, Januari 2014

Pembimbing,

(Franky Slamet, S.E., M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

(A) FELICIA TANZIL (115100103)

(B) FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEINOVASIAN DAN KINERJA UKM

BIDANG KULINER DI WILAYAH GROGOL PETAMBURAN,

JAKARTA BARAT, DENGAN ORIENTASI PEMBELAJARAN SEBAGAI

VARIABEL MEDIASI

(C) Xvi + 103 hlm, 2014, tabel 32; gambar 4; lampiran 3

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) *Abstract*: Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dapat mempengaruhi keinovasian melalui orientasi pembelajaran. Populasi penelitian ini adalah Usaha Kecil dan Menengah bidang kuliner di wilayah Grogol, Jakarta Barat. Metode pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner pada 150 orang pemilik dan penanggung jawab UKM bidang kuliner di wilayah Grogol, Jakarta Barat. Sementara teknik analisis data menggunakan analisis jalur. Uji asumsi menunjukkan seluruh data telah lolos dari persyaratan asumsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap keinovasian melalui orientasi pembelajaran. Secara parsial, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap orientasi pembelajaran, serta orientasi pembelajaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinovasian, dan keinovasian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja.

(F) Daftar acuan 24 (1990-2013)

(G) Franky Slamet S.E., M.M.

Whatever you are,

Be a good one.

- Abraham Lincoln -

Karya sederhana ini kupersembahkan

Untuk yang tercinta,

Ayah, Ibu, Adik, dan Nenek

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat dan bimbingan-Nya dengan penuh cinta kasih yang senantiasa menyertai saya dalam rangka pembuatan skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, dorongan, dan semangat kepada penulis, sehingga terwujud skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta penuh kesabaran dan berkenan dalam memberikan pengarahan, bimbingan dan saran-saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi dari permulaan sampai selesainya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Ignatius Roni Setyawan, S.E., Msi., selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

5. Segenap Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membantu kegiatan saya selama mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Para pemilik dan penanggung jawab UKM di kawasan Grogol, Jakarta Barat yang telah memberikan kesempatan dan informasi kepada saya pada saat melakukan penelitian.
7. Papi dan Mami saya tercinta, yang telah membesarkan saya, menyayangi, mendidik, dan selalu mendukung serta memberikan kesempatan dan kepercayaan penuh kepada saya.. Adik saya, Evelyn Tanzil, nenek, serta segenap Keluarga Besar yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang yang tidak terhingga, doa, nasehat, semangat, dan dorongan selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya selama kuliah: Marshielia Wilanda, Mariana, Dessie Natalia, Juniana Lesia, Andry H. Yapriadi, Candra, David, Herry Kurnia Wanto atas dukungan, bantuan, dan penghamburan selama ini.
9. Sahabat-sahabat sekolah saya: Kelfin Kristian, Nessie Sudharta, dan Agustianto untuk dukungan, penghiburan, waktu, bantuan, dan masukkan dalam berbagai hal.
10. Cici Hanilia Wilanda, S.E., MM., dan Marshielia Wilanda atas waktu, pertolongan, dan kesempatan untuk berbagi banyak hal.

11. Teman-teman selama bimbingan: Mariana, Fransky Avianto, Hendry Hermawan, Steven, Metta Prasetyo, dan Christine Prasetyo.

12. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah ikut memberikan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik isi, tata bahasa, maupun dari segi penyusunan, mengingat keterbatasan kemampuan saya. Karenanya saya dengan tangan dan hati yang terbuka bersedia menerima kritik dan saran guna melengkapi skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Januari 2014

Penulis,

Felicia Tanzil

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi	5
3. Pembatasan	5
4 Perumusan	6
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan Penelitian	6

BAB II	LANDASAN TEORI	9
	A. Definisi Variabel	9
	B. Kerangka Teori	13
	C. Penelitian yang Relevan	21
	D. Kerangka Pemikiran	22
	E. Hipotesis	23
BAB III	METODE PENELITIAN	24
	A. Populasi dan Metode Pemilihan Sampel	24
	B. Operasionalisasi Variabel	26
	C. Metode Pengumpulan Data	31
	D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	32
	E. Teknik Analisis Data	33
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
	A. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
	B. Deskripsi Subyek dan Obyek Penelitian	44
	C. Hasil Analisis Data	56
	D. Pembahasan	70

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	74
	A. Kesimpulan	74
	B. Saran	74
	DAFTAR PUSTAKA	76
	LAMPIRAN	78
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian (Orientasi konsumen)	26
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian (Orientasi kompetitor)	27
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian (<i>Risk-taking</i>)	28
Tabel 3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian (<i>Proactiveness</i>)	28
Tabel 3.5. Operasionalisasi Variabel Penelitian (<i>Fasilitated leadership</i>)	29
Tabel 3.6. Operasionalisasi Variabel Penelitian (Perencanaan Desentralisasi)	Strategis 30
Tabel 3.7. Operasionalisasi Variabel Penelitian (Keinovasian)	30
Tabel 3.8. Operasionalisasi Variabel Penelitian (Kinerja)	31
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas X1 (Orientasi pasar)	38
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Validitas X2 (Orientasi kewirausahaan)	39
Tabel 4.3. Hasil Pengujian Validitas X3 (Orientasi pembelajaran)	40
Tabel 4.4. Hasil Pengujian Validitas X4 (Keinovasian)	41
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Validitas Y (Kinerja)	42
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.7. Karakteristik Responden (Jenis kelamin)	44
Tabel 4.8. Karakteristik Responden (Bidang Kuliner)	44

Tabel 4.9.	Karakteristik Responden (Omzet perbulan)	45
Tabel.4.10.	Karakteristik Responden (Lama Usaha)	46
Tabel 4.11.	Karakteristik Responden (Konsumen yang dituju)	47
Tabel 4.12.	Jumlah Jawaban Responden (Orientasi Pasar)	48
Tabel 4.13.	Jumlah Jawaban Responden (Orientasi Kewirausahaan)	50
Tabel 4.14.	Jumlah Jawaban Responden (Orientasi Pembelajaran)	52
Tabel 4.15.	Jumlah Jawaban Responden (Keinovasian)	54
Tabel 4.16.	Jumlah Jawaban Responden (Kinerja)	55
Tabel 4.17.	Uji Normalitas	58
Tabel 4.18.	Uji Multikolinearitas Model 1	59
Tabel 4.19.	Uji Multikolinearitas Model 2	60
Tabel 4.20.	Tabel ANOVA Model 1	64
Tabel 4.21.	Tabel ANOVA Model 2	65
Tabel 4.22.	Uji t Model 1	66
Tabel 4.23.	Uji t Model 2	67
Tabel 4.24.	Uji t Model 3	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1. Hasil Pengujian Heterokedastisitas Model 1	61
Gambar 4.2. Hasil Pengujian Heterokedastisitas Model 2	62
Gambar 4.3. Hasil Pengujian Heterokedastisitas Model 3	63
Gambar 4.4. Hasil Analisis Jalur	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	78
Lampiran 2 Input hasil kuesioner	83
Lampiran 3 Hasil Perhitungan SPSS	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang

Untuk dapat memenangkan persaingan saat ini, seorang wirausaha harus memiliki daya keinovasian yang tinggi. Keinovasian tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru, sehingga dapat menciptakan sebuah produk yang baru, ataupun mengembangkan produk yang sudah ada dengan memberikan nilai tambah baru dari produk tersebut. Menurut J. Rhee et al. (2010) inovasi merupakan kunci sukses bagi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam suatu usaha. Peran keinovasian menjadi semakin penting karena menurut Wakil Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri (Kadin) bidang UMKM dan Koperasi, Erwin Aksa “Inovasi akan meningkatkan daya saing UKM karena menekan biaya produksi serendah mungkin.” (www.investor.co.id) . Terlebih lagi pertumbuhan jumlah dan perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia terus meningkat, seperti yang dikatakan oleh Menteri Negara Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah dan Koperasi, Syarifuddin Hasan, bahwa akibat pertumbuhan ekonomi Indonesia yang terus berkelanjutan, jumlah usaha UKM meningkat menjadi 56,5 juta pengusaha di Indonesia. (www.tempo.co).

Persaingan yang semakin ketat, membuat para pelaku UKM harus terus-menerus mengembangkan keinovasian dari usahanya. Kreativitas menjadi salah satu titik permulaan dalam berinovasi, yang merupakan perpaduan dari orisinalitas, nilai-nilai

yang ada di dalam suatu produk yang baru, serta proses. Dengan kata lain, inovasi merupakan pengenalan dari sebuah ide baru. Keinovasian biasanya juga dianggap sebagai sebuah prasyarat bagi keberhasilan suatu usaha, dan sejauh mana perusahaan tersebut dapat bertahan.

Keinovasian merupakan salah satu komponen bagi suksesnya sebuah perusahaan yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan itu sendiri untuk terlibat ke dalam inovasi, seperti pengenalan proses baru, produk, maupun ide baru bagi perusahaannya. Melalui keinovasian, manajer ataupun pengusaha dapat memperoleh solusi bagi permasalahan dan tantangan bisnis yang dapat membuat perusahaan mereka bertahan dan mencapai kinerja terbaik di masa depan.

Orientasi pembelajaran dapat menjadi jembatan antara keinovasian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Faktor-faktor ini cenderung akan lebih mempengaruhi keinovasian ketika dimediasi oleh orientasi pembelajaran. Oleh sebab itu, orientasi pembelajaran dianggap sebagai fasilitator bagi keinovasian. Orientasi pembelajaran memungkinkan perusahaan untuk menciptakan pengetahuan dan informasi bagi perusahaan yang terkait dengan inovasi dan kinerja yang unggul. Faktor-faktor yang mempengaruhi keinovasian tersebut, serta mediasi melalui orientasi pembelajaran akan memberikan dampak pada keinovasian dan kinerja perusahaan pada akhirnya.

Sebagai salah satu faktor penentu dari keinovasian, Narver dan Slater (1990:21) mengemukakan bahwa orientasi pasar merupakan *“organization culture that most effectively and efficiently creates the necessary behaviors for the creation of superior*

value for buyers and, thus, continuous superior performance for the business". Agar suatu usaha dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama, maka perusahaan perlu untuk menjaga hubungan baik dengan para konsumen mereka. Adapun faktor penentu dari keinovasian lainnya, yaitu orientasi kewirausahaan, yang dalam Cooper et al., (1989) dijelaskan sebagai "*a proclivity toward the creation of ventures and a pro-activeness that represents bold action-oriented positioning*".

Selain kedua faktor yang mempengaruhi keinovasian tersebut, orientasi pembelajaran yang digunakan sebagai perantara antara keinovasian dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya, memungkinkan perusahaan untuk mencari dan menciptakan pengetahuan eksploratif terkait dengan inovasi dan kinerja yang unggul. Menurut Calantone et al. (2002:516) orientasi pembelajaran merupakan aktivitas organisasi yang menggunakan pengetahuan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif yang penting bagi kemampuan perusahaan untuk berinovasi dan kinerja perusahaan. Orientasi pembelajaran digunakan untuk memperoleh dan membagikan informasi mengenai kebutuhan konsumen (*Consumer needs*), perubahan pasar, dan tindakan atau tingkah laku dari pesaing (*Competitor actions*), maupun pengembangan dari teknologi baru untuk menciptakan produk-produk baru yang lebih unggul dari para pesaing.

Penelitian Rhee et al., (2010) juga mengemukakan bahwa komitmen pembelajaran merupakan suatu usaha terpenting untuk mencapai keinovasian dan kinerja perusahaan. Keinovasian sendiri menjadi prasyarat bagi keunggulan kompetitif dan kelangsungan hidup usaha. Menurut Vakola dan Rezgui (2000 dalam Tien, dan Hsin 2005) inovasi adalah sebuah ide, sebuah produk atau proses, dan

sebuah sistem, atau alat yang dianggap baru untuk individu, sekelompok orang, perusahaan, sektor industri, atau masyarakat secara keseluruhan. Inovasi merupakan faktor penentu yang penting bagi kinerja bisnis, karena apabila perusahaan memiliki kapasitas untuk berinovasi, maka perusahaan tersebut akan mungkin untuk memperoleh hasil yang baik dari proses inovasi tersebut. Inovasi juga cenderung menjadi sarana strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Kinerja bisnis didefinisikan dalam Hult et al., (2004) sebagai pencapaian tujuan perusahaan yang terkait dengan keuntungan dan pertumbuhan penjualan dan pasar, serta sebagai pencapaian dari tujuan strategis perusahaan secara umum. Untuk mencapai kinerja bisnis tersebut maka perusahaan harus dapat berinovasi dari waktu ke waktu agar dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan yang ada. Di dalam dunia usaha, perusahaan yang terus berinovasilah yang akan menjadi pemenang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini diberi judul : **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keinovasian dan Kinerja UKM dengan Orientasi Pembelajaran sebagai Variabel Mediasi : Studi pada UKM bidang Kuliner di Grogol Petamburan, Jakarta Barat.”**

2. Identifikasi

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- a) Apakah orientasi pasar mempengaruhi orientasi pembelajaran pada UKM?

- b) Apakah orientasi kewirausahaan mempengaruhi orientasi pembelajaran pada UKM?
- c) Apakah orientasi pembelajaran mempengaruhi keinovasian pada UKM?
- d) Apakah keinovasian mempengaruhi kinerja UKM?
- e) Apakah orientasi pasar mempengaruhi keinovasian melalui orientasi pembelajaran pada UKM?
- f) Apakah orientasi pembelajaran mempengaruhi keinovasian melalui orientasi pembelajaran pada UKM?

3. Pembatasan

Penelitian ini dibatasi pada variabel: Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, keinovasian dan kinerja UKM dengan orientasi pembelajaran sebagai variabel mediasi. Studi dilakukan pada UKM bidang Kuliner di daerah Grogol Petamburan, Jakarta.

4. Perumusan

Berdasarkan identifikasi masalah serta pembatasan terhadap identifikasi masalah, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a) Apakah terdapat pengaruh antara orientasi pasar terhadap orientasi pembelajaran?
- b) Apakah terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pembelajaran?

- c) Apakah terdapat pengaruh antara orientasi pembelajaran terhadap keinovasian?
- d) Apakah terdapat pengaruh antara keinovasian terhadap kinerja?
- e) Apakah terdapat pengaruh antara orientasi pasar terhadap keinovasian melalui orientasi pembelajaran?
- f) Apakah terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap keinovasian melalui orientasi pembelajaran?

B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Mengetahui adanya pengaruh orientasi pasar terhadap orientasi pembelajaran.
- b) Mengetahui adanya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pembelajaran.
- c) Mengetahui adanya pengaruh orientasi pembelajaran terhadap keinovasian.
- d) Mengetahuai adanya pengaruh keinovasian terhadap kinerja.
- e) Mengetahui adanya pengaruh orientasi pasar terhadap keinovasian melalui orientasi pembelajaran.
- f) Mengetahui adanya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keinovasian melalui orientasi pembelajaran.

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat teoritis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya bidang kewirausahaan. Bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam penelitian berikutnya mengenai orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan, dengan orientasi pembelajaran sebagai variabel mediasi yang mempengaruhi keinovasian dan kinerja perusahaan.

b) Manfaat praktis:

Bagi wirausaha, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam praktik kewirausahaan.

Bagi mahasiswa Universitas Tarumanagara, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian lain yang berhubungan dengan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dengan orientasi pembelajaran sebagai variabel mediasi yang mempengaruhi keinovasian dan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Calantone, R.J., Cavusgil, S.T., Zhao, Y. (2002). "Learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance," *Journal of Industrial Marketing Management*, Vol. 31, 515-524.
- Dickson, P., R. (1996). "The Static and Dynamic Mechanics of Competition: A Comment of Hunt and Morgan's Comparative Advantage Theory," *Journal of Marketing*, Vol. 60, 102-106.
- Farrel, M. (2000). "Developing a Market-Oriented Learning Organization," *Journal of Management*, Vol. 25, 201-222.
- Hendry. (2012). Teori Online (online) (cited on 12 Januari 2014) <http://www.teorionline.net/menentukan-ukuran-sampel-menurut-para-ahli/>
- Hult, G.T.M., Hurley, R.F., Knight, G.A. (2004). "Innovativeness: its antecedents and impact on business performance," *Journal of Industrial Marketing Management*, Vol. 33, 429-438.
- Investor Daily-Indonesia (online) (cited on 20 September 2013) <http://www.investor.co.id/home/hadapi-aec-2015-ukm-harus-inovatif/56194>
- Lee, T., S., Tsai, H., J. (2005). "The Effects of Business Operation Mode on market orientation, learning orientation and innovativeness," *Journal of Industrial & Data System*, Vol. 105, No. 3, 325-348.

- Lin, C., H., Peng, C., H., Kao, Danny, T. (2008). The Innovativeness Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Business Performance,” *International Journal of Manpower*, Vol. 29, No. 8, 752-772.
- Lumpkin, G.T., Dess, G. (1996). “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance,” *Academy of Management Review*, Vol. 21, No. 1, 135-172.
- Malhotra, N.K. (2004). *Marketing Research: an Applied Orientation*, 4th Edition. New Jersey: Prentice-Hall, 258
- Narver, John C., Slater, Stanley F. (1990). “The Effect of a Market Orientation on Business Profitability,” *Journal of Marketing*, 20-35.
- Narver, John C., Slater, Stanley F. (1995). “Market Orientation and the Learning Organization,” *Journal of Marketing*, 63-74.
- Rahab. (2012). “Innovativeness Model of Small and Medium Enterprises Based On Market Orientation and Learning Orientation: Testing Moderating Effect of Business Operation Mode,” *Procedia Economics and Finance*, Vol. 4, 97-109.
- Rhee, J., Park, T., and Lee.. D., H. (2010). “Drivers of Innovativeness and Performance for Innovative SMEs in South Korea: Mediation of Learning Orientation,” *Technovation*, Vol. 30, 65-75.
- Sandjojo, N. (2011). *Analisis Jalur dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Santoso, S. (2001). *SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES.

Tempo.co–Bisnis (online) (cited on 20 September 2013)
<http://www.tempo.co/read/news/2013/07/03/092493157/UKM-Dorong-Pertumbuhan-Ekonomi-Tembus-63-Persen>

Wang, C.L. (2008). “Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation, and Firm Performance. *Entrepreneurship Theory & Practice* 32 (4), 635-657.