



PENGUATAN *ENTREPRENEURSHIP INSIGHT* GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING BAGI PELAKU UKM DI KOTA PEMATANGSIANTAR

Marisi Butarbutar^{*1}, Sofiyani², Sisca³, Sherly⁴, Edy Dharma⁵

¹²Program Studi Magister Ilmu Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

³⁴⁵Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

Corresponding^{*)} Marisi Butarbutar, ✉ marisibutarbutar@stiesultanagung.ac.id

History Artikel:

Revisi 22 Desember 2021

Diterima 24 Desember 2021

Publish 26 Desember 2021

Kata kunci:

Entrepreneurship Insight,
Daya Saing, Pelaku UKM

Abstrak

Tujuan utama dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan tema Penguatan *entrepreneurship insight* dan daya saing bagi pelaku UKM di Kota Pematangsiantar ini adalah untuk memberikan pengetahuan tambahan tentang pentingnya memahami jiwa kewirausahaan serta mengoptimalkan manajemen usaha untuk memperoleh daya saing yang kompetitif. Metode yang di gunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu melalui ceramah dan praktik langsung penguatan *entrepreneurship insight* dan pembuatan akun media sosial dan e-commerce. Tahapan pelaksanaan pengabdian ini meliputi pembukaan dan pengenalan *entrepreneurship insight*, pemaparan tentang *entrepreneurship insight* dan daya saing, pemaparan tentang beberapa masalah yang sering dihadapi pelaku UKM, kemudian dilanjutkan praktik yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan e-commerce. Setelah kegiatan pengabdian selesai, maka dilakukan wawancara lanjutan mengenai dampak pelaksanaan kegiatan pengabdian. Sesuai dengan hasil wawancara lanjutan, diketahui perubahan yang terjadi setelah mengikuti kegiatan penguatan aspek *entrepreneurship insight* dan daya saing para pelaku UKM meningkat 80%.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author (s)

PENDAHULUAN

Perkembangan kewirausahaan saat ini telah mengalami dinamika perubahan ke arah yang lebih baik dengan kondisi yang tercermin dari kebijakan pemerintah yang mulai memperhatikan kebutuhan seorang wirausaha dalam berwirausaha (Kadi et al., 2021). Kondisi ini mencerminkan tingkat peranan pemerintah sangat dibutuhkan dalam pengembangan potensi kewirausahaan yang dapat dilakukan saat seseorang ingin melakukan kegiatan berwirausaha (Purnomo et al., 2020). Syarat

mutlak untuk memenangkan persaingan era modern ini semua negara harus memiliki keunggulan kompetitif. Indonesia sebagai negara berkembang tentunya tidak hanya mengandalkan perusahaan besar untuk menjadi penggerak perekonomian, tetapi perlu keterlibatan UMKM dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi (Sairin et al., 2020). Dengan semakin berkembangnya suatu bidang usaha maka akan banyak usaha sejenis yang bermunculan. Oleh sebab itu, setiap pelaku bisnis memiliki strategi yang berbeda dalam mencapai keunggulan bersaing (Sunarsi et al., 2021), meskipun mungkin ada inovasi dalam produk, layanan, proses, program, teknologi atau struktur organisasi dibutuhkan kapabilitas perusahaan untuk mencapai inovasi produk atau layanan demi tercapainya keunggulan bersaing (Dyatmika et al., 2020).

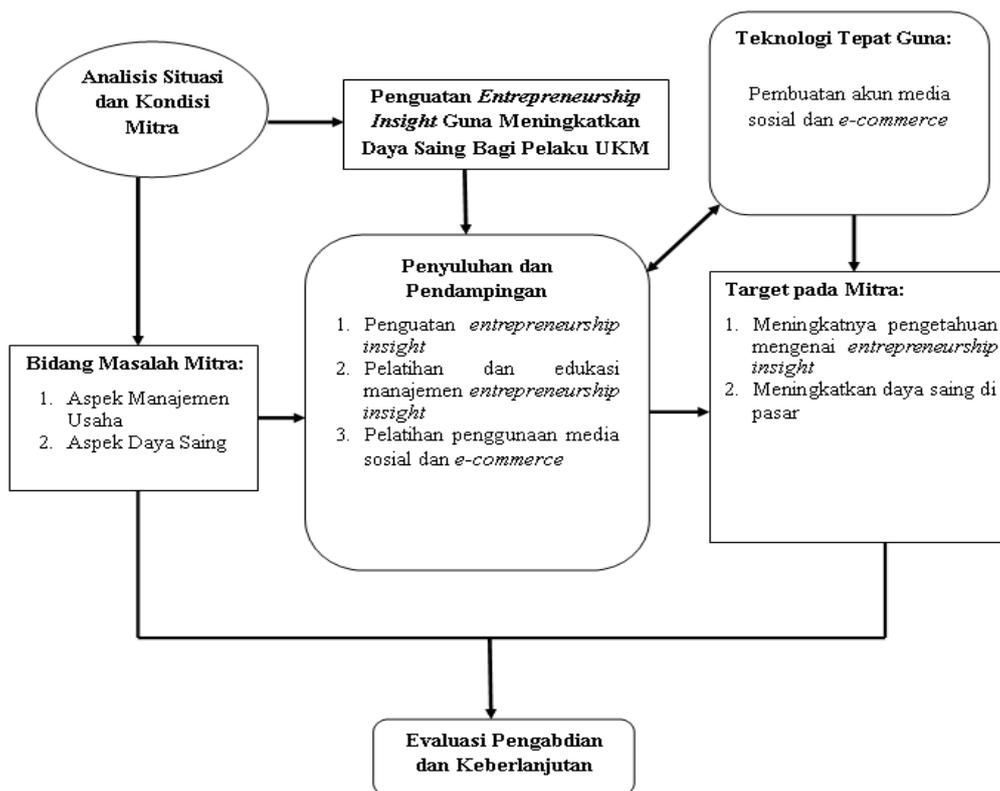
Kewirausahaan dan praktik bisnis telah menunjukkan bahwa untuk sebagian besar kewirausahaan perusahaan bukan hanya kegiatan individu tetapi mencakup kompleksitas sistem yang dinamis dengan partisipasi banyak orang, yang akan menghasilkan diferensial efek dari komposisi tim yang berbeda pada kegiatan strategis kewirausahaan (Yang & Wang, 2014). Penelitian (Pinho & de Sá, 2014), menunjukkan bahwa kinerja kewirausahaan adalah hasil kombinasi faktor-faktor pribadi dan berbasis konteks dan tidak dapat dijelaskan oleh satu set tunggal. Karakteristik pribadi wirausaha atau serangkaiannya memiliki hubungan dan keterkaitan antar kelembagaan. Wirausaha yang berhasil pada biasanya yaitu mereka yang mempunyai kompetensi, yakni seorang yang mempunyai ilmu wawasan, keahlian (Fahmi & Shinta, 2019), serta mutu orang yang meliputi tindakan, dorongan, poin dan aksi terjual yang dibutuhkan buat melakukan profesi atau aktivitas (Mulyadi, 2011). Kompetensi ini tentunya sangat diperlukan seorang wirausahawan dalam menghadapi tantangan era revolusi industri 4.0 (Halim et al., 2020). Pada masa industri 4.0 disaat ini, peran aktivitas serta profesi yang bertabiat manual berulang serta dicoba sederhana hendak digantikan oleh robot serta mesin (Muniarty et al., 2021).

Masalah yang masih krusial dihadapi oleh UMKM di antaranya adalah masih rendahnya jiwa kewirausahaan yang dimiliki masing-masing pelaku usaha (Purwanto, 2020). Hal ini menyebabkan pelaku usaha sering mengalami hambatan untuk melakukan inovasi dan daya kreativitas atas produk yang dipasarkan (T. Lee & Chu, 2011). Jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship insight*) perlu dimiliki oleh UMKM untuk mendorong semangat inovasi dan kemampuan mengambil risiko yang mendukung berhasilnya sebuah usaha dalam menghadapi persaingan di tatanan global (Firrahmawati et al., 2021). Wawasan tentang kewirausahaan merupakan tolak ukur yang membedakan seorang pebisnis dari yang lain, dan wawasan ini juga akan menentukan arah inovasi yang akan dikembangkan untuknya produk dan bisnis baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (S. D. Lestari et al., 2020). Tentunya hal ini menjadi krusial untuk dipertimbangkan para pelaku usaha atas wawasan wirausaha yang dimilikinya, dikarenakan orientasi pasar yang dapat berjalan secara optimal atau tidak dalam mendukung proses bisnis tergantung pada tingkat wawasan kewirausahaan yang dimiliki masing-masing pelaku usaha. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk memberikan penguatan bagi pelaku UKM tentang aspek *entrepreneurship insight* dan cara untuk meningkatkan daya saing melalui penguatan manajemen usaha. Urgensi dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini agar pelaku UKM mampu bertahan serta mampu meningkatkan pangsa pasarnya pasca pandemi Covid-19.

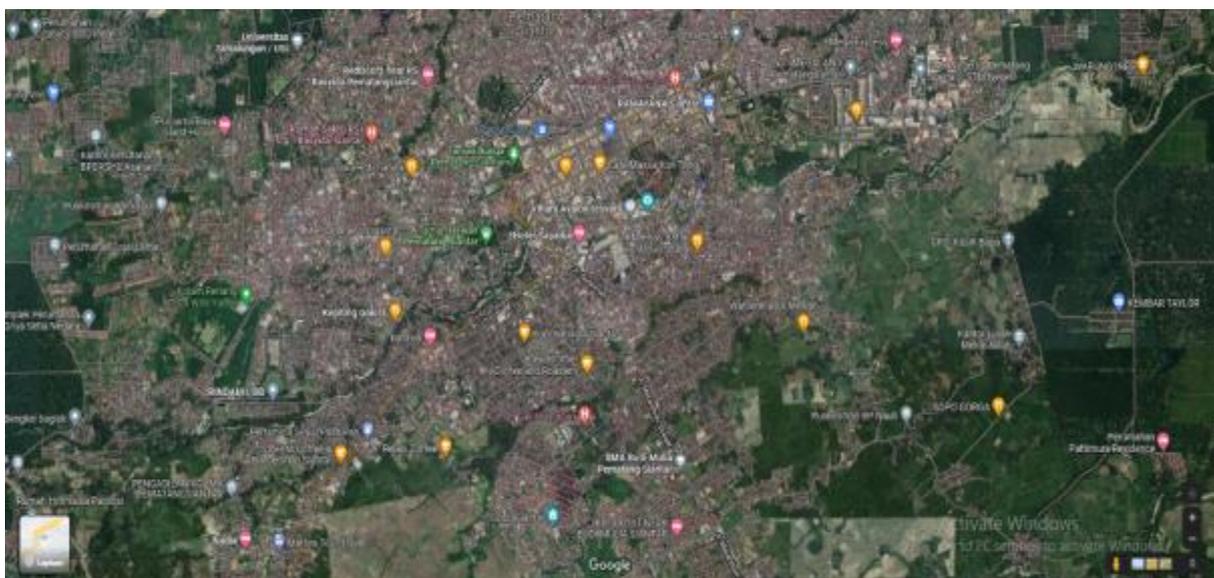
METODE PELAKSANAAN

Lokasi pelaksanaan pengabdian pada masyarakat di lima kelurahan, yaitu kelurahan Bukit Sofa, Kelurahan Gurilla, Kelurahan Setia Negara, Kelurahan Bah Kapul, dan Kelurahan Bah Sorma, Kec. Sitalasari, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan penguatan terkait *entrepreneurship insight* dan daya saing bagi pelaku

UKM Kota Pematangsiantar. Kegiatan penguatan *entrepreneurship insight* dan daya saing diberikan bagi pelaku UKM Ulos dengan metode ceramah dan pelatihan praktik mengenai implementasi *entrepreneurship insight* dan implementasi meningkatkan daya saing melalui pengaturan manajemen usaha. Adapun kelompok sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UKM di Kec. Sitalasari, Kota Pematangsiantar. Secara umum prosedur kerja kegiatan penyuluhan pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UKM di Kota Pematangsiantar dapat dijelaskan pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Prosedur Kerja Pengabdian



Gambar 2. Lokasi Kegiatan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan inovasi dalam berhubungan erat dengan wawasan kewirausahaan dan juga keunggulan kompetitif (Lie et al., 2021). Pelaku usaha yang memiliki wawasan kewirausahaan yang tinggi akan mencoba memahami inovasi produk sebagai proses penyempurnaan demi mencari tahu mana yang berhasil dan yang tidak keunggulan produk tersebut (S. P. S. Purba et al., 2021). Menjaga pelanggan di pusat inovasi produk adalah fokus jiwa kewirausahaan inti saat ini. Mengambil pendekatan yang berpusat pada pelanggan memungkinkan setiap pelaku usaha dapat memecahkan masalah pelanggan yang sangat nyata dengan mengungkap dan memasukkan preferensi, kebiasaan, dan perilaku pembelian mereka ke dalam setiap tahap proses pengembangan produk (Simamora & Yusmalinda, 2021). Jika wawasan kewirausahaan dikembangkan bersamaan dengan inovasi, maka hal ini akan mengembangkan konsep produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen dan implikasinya akan menciptakan keunggulan kompetitif yang bertahan lama di pasar (M. M. Lestari et al., 2021). Jika strategi bisnis yang mengandalkan orientasi pasar berdasarkan permintaan konsumen dan selanjutnya mengikutsertakan inovasi produk, maka hal ini akan memperkuat posisi produk di pasar. Strategi bisnis ini dapat mendorong pertumbuhan penjualan atas produk tersebut, karena mayoritas konsumen akan menilai produk tersebut cukup kompetitif di pangsa pasar (R. A. Purba et al., 2020). Selain itu, jika implementasi orientasi pasar berjalan dengan baik serta didukung dengan inovasi produk yang mumpuni, maka hal ini akan mempermudah pelaku usaha meraih loyalitas pelanggan dan akhirnya perusahaan akan tetap kompetitif dalam periode waktu yang cukup lama.

Urgensi keunggulan kompetitif dalam usaha terlihat ketika suatu usaha dapat bertahan dalam berbagai konteks perubahan lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Hal ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut, mengingat di saat ini peran keunggulan kompetitif memberikan dampak yang besar terhadap keberlangsungan usaha di masa yang akan datang (Ayesha et al., 2021). Maka dari itu, penting untuk mengetahui faktor fundamental yang mendorong keunggulan kompetitif dari sudut pandang lingkungan internal itu sendiri. Hasil penelitian (J. Lee et al., 2019), menyimpulkan sangat krusial untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan yang disalurkan dalam bentuk metakognisi melalui pendidikan kewirausahaan. Hal ini tidak dapat dipisahkan dari penanaman kewirausahaan dari kemauan untuk menjalankan usaha. Dengan adanya jiwa kewirausahaan yang kuat maka akan berdampak pada daya inovasi yang berkelanjutan (Sudirman et al., 2021). Disisi lain, untuk menciptakan dan mendorong inovasi dibutuhkan sentuhan orientasi pasar agar dapat membentuk nilai pelanggan yang sama atau lebih tinggi daripada harga (Sherly et al., 2020).



Gambar 3. Sesi Wawancara Sebelum Kegiatan Pengabdian



Gambar 4. Sesi Wawancara Setelah Kegiatan Pengabdian

Wirausaha tidak hanya berperan sebagai inovator dalam menjalankan usahanya, tetapi juga perlu memiliki jiwa dan mental kewirausahaan. Model wawasan kewirausahaan mengacu pada kemampuan meningkatkan penjualan, kemampuan bersaing serta kemampuan untuk menghadirkan produk unggulan yang implikasinya ada pada inovasi (Ruiz-Ortega et al., 2017). Seseorang wirausaha dengan jiwa kewirausahaan yang dimilikinya akan lebih mampu menghadapi peesaingan bisnis. Jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship insight*) yang dimiliki oleh seorang wirausaha akan menjadikannya lebih mumpuni dalam menjalankan usahanya. Optimalisasi aspek *entrepreneurship insight* melalui pengambilan resiko dengan tepat dan kemandirian dalam menjalankan usaha akan menciptakan daya saing yang unggul dalam jangka panjang. Selanjutnya kemampuan untuk menguasai sistem informasi manajemen usaha dan pengelolaan sumber daya internal yang maksimal akan berdampak pada daya saing yang unggul juga. Secara umum, inovasi produk baru yang belum pernah ada di pasaran kurang diperhatikan, jadi pelau usaha perlu meningkatkan inovasinya secara komprehensif dan terstruktur. Tingkatkan variasi produk, buat produk yang unik dan berbeda dari kompetitor, serta menjadikan kemasan produk lebih menarik dan juga diperlukan untuk pengembangan produk.

Hasil kegiatan pengabdian mengkonfirmasi jiwa kewirausahaan sangat penting untuk dipahami secara utuh, karena jiwa kewirausahaan bukan hanya sekedar urusan dagang dan transaksi semata, tetapi *entrepreneurship insight* adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi atas dasar minat bakat yang dimiliki (Afwat et al., 2021). Dalam hal ini setiap pelaku usaha dituntut untuk kreatif dan memiliki kemampuan untuk melihat peluang atau pola-pola yang berlaku di masyarakat. Dalam berwirausaha tentunya dibutuhkan niat yang besar yang menjadi langkah awal dalam memulai berwirausaha. Dengan demikian, wawasan kewirausahaan yang dikembangkan dengan baik akan melahirkan ide-ide kreatif guna menciptakan keberlangsungan usaha yang kompetitif (Irwansyah et al., 2021). Lebih lanjut, hasil kegiatan pengabdian membuktikan bahwa peran wawasan kewirausahaan yang tertanam dalam mindset pikiran pada pelaku usaha berkontribusi terhadap daya cipta melalui kreatifitas dan inovasi yang dimilikinya (Suryani et al., 2021). Fakta sederhananya bahwa perubahan mindset dalam diri seseorang sangat penting untuk mendorong kunci kesuksesan. Perubahan konstan wawasan kewirausahaan adalah realitas bisnis dan para pelaku usaha harus terus beradaptasi dengan yang namanya perkembangan teknologi dan informasi (Basoeky et al., 2021). Pelaku usaha yang cenderung memiliki banyak ide dan memiliki kunci keberhasilannya adalah mampu mewujudkan ide tersebut dan berhasil menumbuhkannya hingga membuahkan hasil.

Implikasi dari wawasan kewirausahaan yang kuat akan turut andil dalam menumbuhkan daya inovasi yang tinggi, sehingga pelaku usaha memiliki mentalitas yang kuat untuk melihat risiko sebagai tantangan bukan hal yang negatif (Halim et al., 2021).

KESIMPULAN

Sesuai hasil survei di lapangan, masih terdapat beberapa pelaku usaha belum sepenuhnya memiliki wawasan kewirausahaan yang mumpuni. Penting untuk dilakukan sosialisasi oleh pemerintah daerah terkait bagaimana mengembangkan jiwa kewirausahaan yang kreatif dan inovatif. Kemudian, kelemahan orientasi pasar saat ini terletak pada fokus kewirausahaan setiap pelaku usaha dalam mempertimbangkan aspek yang lebih luas untuk menghasilkan keuntungan, mulai dari kebutuhan pasar, operasi bisnis hingga peta persaingan. Disisi lain, ketidakmampuan pelaku usaha dalam memastikan produk yang mereka tawarkan memuaskan pelanggan dengan cara yang menguntungkan. Selain itu, dibutuhkan pelatihan-pelatihan khusus bagi para pelaku usaha untuk menghasilkan inovasi produk yang terkini agar dapat bertahan di pangsa pasar. Hasil pengabdian menyimpulkan para pelaku UKM mengalami perubahan kondisi manajemen usaha ditinjau dari aspek *entrepreneurship insight* dan saya saing. Besaran pemahaman pelaku UKM berdasarkan hasil wawancara setelah kegiatan pengabdian selesai diperkirakan mencapai 80% yang semula hanya 50%. Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan para pelaku UKM di Kota Pematangsiantar dapat terus bertumbuh daya saingnya dan mampu memasarkan produknya pada tingkat nasional serta tingkat internasional. Selain itu, untuk *survive* dalam bisnis, pengusaha harus memperhatikan bisnis yang disukai masyarakat adalah bisnis yang *more for less* artinya bisnis yang bisa memberi nilai lebih kepada masyarakat dengan *less investment*. Dengan memperhatikan hal ini, maka pebisnis dapat lebih dekat kepada masyarakat dan dapat memasarkan produknya lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afwa, A., Djajasinga, N. D., Sudirman, A., Sari, A. L., & Adnan, N. M. (2021). Raising the Tourism Industry as an Economic Driver. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020) Raising*, 560(Acbleti 2020), 118–123.
- Ayesha, I., Redjeki, F., Sudirman, A., Leonardo, A., & Aslam, D. F. (2021). Behavior of Female Entrepreneurs in Tempe Small Micro Enterprises in Tasikmalaya Regency , West Java as Proof of Gender Equality Against AEC. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020)*, 560(Acbleti 2020), 124–130.
- Basoeky, U., Panggabean, S., Manu, G. A., Wardhana, A., Hoeronis, I., Adnan, Y., Maisarah, & Sudirman, A. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital: Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Media Sains Indonesia.
- Dyatmika, S. W., Wibowo, T. S., Subakir, & Lasiyono, U. (2020). Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Dan Daya Saing Pelaku Usaha Mikro Kecil Di Desa Pengulu, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. *EKOBIS ABDIMAS Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 61–67.
- Fahmi, S., & Shinta, F. S. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengolahan Hasil Bumi Lokal Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 5–8. <https://core.ac.uk/download/pdf/267886553.pdf>
- Firrahmawati, L., Sumitran, A. S., Santika, S., & Wardani, K. (2021). Pembinaan Usaha Bersama Keluarga Sejahtera Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Di Kampung KB Pucangsawit Surakarta. *GEMASSIKA: Jurnal Pengabdian*
-

-
- Kepada Masyarakat*, 5(1), 82–94.
- Halim, F., Sherly, Grace, E., & Sudirman, A. (2021). *Entrepreneurship And Innovation Small Business*. Media Sains Indonesia.
- Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). Marketing dan Media Sosial. In *e-conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*. Media Sains Indonesia.
- Irwansyah, R., Syahputra, D., Ningsih, S., Hasan, M., Kristanto, T., Nugroho, L., Marwan, D., Febrianty, Sudirman, A., & Sudarmanto, E. (2021). *Marketing Digital Usaha Mikro*. Widina Bhakti Persada.
- Kadi, D. C., Fauzi, R. U. A., Riziq, K. A., Pamungkas, A., & Rossanto, S. A. R. (2021). Inovasi Strategi Pemasaran Sentra Industri Brem Madiun Dalam Menghadapi Persaingan di Masa Pandemi Covid 19. *BAKTI BANUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 87–95. <https://doi.org/10.47679/ib.202161>
- Lee, J., Kim, D., & Sung, S. (2019). The Effect of Entrepreneurship on Start-Up Open Innovation: Innovative Behavior of University Students. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(4), 1–13. <https://doi.org/10.3390/joitmc5040103>
- Lee, T., & Chu, W. (2011). Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage: The Mediation of Resource Value And Rareness. *African Journal of Business Management*, 5(33), 12797–12809. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.1179>
- Lestari, M. M., Lie, D., Halim, F., Putri, J. A., & Putra, L. A. (2021). Strategic: Journal of Management Sciences Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Anugrah Perumnas Batu Enam Di era globalisasi saat ini , perkembangan otomotif semakin. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(April), 20–31.
- Lestari, S. D., Leon, F. M., Widyastuti, S., Brabo, N. A., & Putra, A. H. P. K. (2020). Antecedents and Consequences of Innovation and Business Strategy on Performance and Competitive Advantage of SMEs. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 365–378. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO6.365>
- Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, E., & Damanik, H. A. (2021). Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(2), 32–41. <http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic/article/view/19>
- Mulyadi. (2011). *Kewirausahaan Bertindak Kreatif Dan Inovatif* (Cetakan Pe). Rafah Press. [file:///C:/Users/xxxxoozz/Downloads/Kewirausahaan_ Bertindak Kreatif dan Inovatif \(PDFDrive.com \).pdf](file:///C:/Users/xxxxoozz/Downloads/Kewirausahaan_ Bertindak Kreatif dan Inovatif (PDFDrive.com).pdf)
- Muniarty, P., Bairizki, A., Sudirman, A., Wulandari, Anista, J. S. A., Satriawan, D. G., Putro, Suryati, E., Suyatno, A., Setyorini, R., Putra, S., Nugroho, L., Nurfadilah, D., & Samidi, S. (2021). *Kewirausahaan*. Widina Bhakti Persada.
- Pinho, J. C., & de Sá, E. S. (2014). Personal characteristics, business relationships and entrepreneurial performance: Some empirical evidence. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(2), 284–300. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2013-0150>
- Purba, R. A., Sudarso, A., Silitonga, H. P., Sisca, S., Supitriyani, S., Yusmanizar, Nainggolan, L. E., & Sudirman, A. (2020). Aplikasi Teknologi Informasi: Teori dan Implementasi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2, Issue 1). Yayasan Kita Menulis.
- Purba, S. P. S., Lie, D., Efendi, E., Chandra, E., Ervina, N., & Sofiyani. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko BK Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1, 47–59. <http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic/article/view/6>
- Purnomo, A., Sudirman, A., Abdurrozzaq, H., Sudarso, A., Sahir, H. S., Salmiah, Mastuti, R., Chamidah, D., Koryati, T., & Simarmata, J. (2020). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis* (Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Purwanto, N. (2020). Pembekalan Wirausaha Baru Menggunakan Model Bisnis Canvas Pada Kelompok Usaha Desa Mlaras. *Jurnal Karya Abdi*, 1(2), 115–126.
- Ruiz-Ortega, M. J., Parra-Requena, G., García-Villaverde, P. M., & Rodrigo-Alarcon, J. (2017). How Does the Closure of Interorganizational Relationships Affect Entrepreneurial Orientation? *BRQ*

- Business Research Quarterly*, 20(3), 178–191. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2017.04.003>
- Sairin, Tarwijo, Fathorrahman, S. M., & Suworo. (2020). Peningkatan Wawasan Dan Motivasi Kewirausahaan Bagi Siswa Smk Nusa Bhakti Pengasinan Sawangan Depok. *Abdi Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume*, 1(2), 172–176.
- Sherly, Halim, F., & Sudirman, A. (2020). The Role Of Social Media In Increasing Market Share Of Msme Products In Pematangsiantar City. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 61–72.
- Simamora, J. M., & Yusmalinda. (2021). Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV Bersinar Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(1), 9–19. <http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic/article/view/3>
- Sudirman, A., Halim, F., Nainggolan, A. B., Butarbutar, N., & Sherly, S. (2021). Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember*, 165–179. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5165>
- Sunarsi, D., Hidayat, D., Maddinsyah, A., Suryani, N. L., & Komarudin. (2021). Penyuluhan Wirausaha Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas Desa Mekarsari Kabupaten Bogor. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat Maka*, 1(April), 153–157.
- Suryani, N. K., Riswandi, P., Hasbi, I., Rochmi, A., Hasan, M., Sudirman, A., Yuniarti, R., & Arta, I. P. S. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Widina Bhakti Persada.
- Yang, L., & Wang, D. (2014). The impacts of top management team characteristics on entrepreneurial strategic orientation: The moderating effects of industrial environment and corporate ownership. *Management Decision*, 52(2), 378–409. <https://doi.org/10.1108/MD-03-2013-0140>