



RIAN AHMAD SYATHARI, AGUS RAHAYU & RATIH HURRIYATI

## Kinerja Bisnis Industri Butik Muslim di Jawa Barat, Indonesia

**RESUME:** Sentra industri kreatif fesyen, termasuk butik busana Muslim di Provinsi Jawa Barat, tersebar di beberapa kota. Namun demikian, baru sebagian populasi yang tergolong sudah menjadi andalan dan sisanya relatif masih sulit untuk berkembang. Hal itu menjadi gambaran bahwa kinerja bisnis industri Butik Muslim di Jawa Barat belum dapat dikatakan optimal, jika dibandingkan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap busana Muslim yang juga dikenal dengan "hijab fashion". Penelitian ini mengkaji bagaimana kondisi kinerja bisnis industri Butik Muslim di Jawa Barat, Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan riset kuantitatif. Unit analisis adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri Butik Muslim di Jawa Barat; dan unit pengamatan adalah pemilik atau pihak manajemen dari perusahaan tersebut. Pengamatan dilakukan pada "time horizon" yang bersifat "cross section", yakni pada tahun 2019; dan penelitian ini mengambil sampel sebanyak 200. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi berwirausaha dan kecakapan organisasional memberi pengaruh signifikan pada kinerja bisnis industri Butik Muslim di Jawa Barat. Kecakapan organisasional memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan kompetensi berwirausaha dalam meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini berimplikasi pada kebutuhan pembinaan oleh pemerintah, yaitu Dinas Perindustrian Propinsi Jawa Barat, agar terjadi peningkatan yang signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan-perusahaan itu, sehingga dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama industri fesyen Muslim memberi kontribusi yang signifikan terhadap kinerja pertumbuhan ekonomi, khususnya di Provinsi Jawa Barat.

**KATA KUNCI:** Kinerja Bisnis; Butik Muslim; Kompetensi Berwirausaha; Kecakapan Organisasional.

**ABSTRACT:** "The Performance of Muslim Boutique Industry Business in West Java, Indonesia". Centers for fashion creative industries, including those of Muslim boutique in West Java Province, exist in several cities. Somehow, among them are those which are in good condition and the others are in the opposite condition. This reflects the performance of Muslim fashion bouquet business in the West Java Province is still not optimal comparing with the increase of interest in Muslim dress or "hijab". This study addresses the problem dealing with the performance of Muslim boutique industry business in West Java, Indonesia. This study employs a quantitative research approach. The analysis units are companies which run Muslim boutique business industry in West Java; and its observation units are the owners or the managers of the companies. The observation was conducted through a cross sectional way in 2019, involving 200 sample units. Result of this study indicates that entrepreneurial competence and organizational capability give significant influences to the West Java's Muslim boutique industry business. The organizational capability, on the other hand, gives a more significant influence to the business performance increase comparing with its influence to the entrepreneurial competence. These imply in the need for the West Java Provincial Office of Industry to give guidance to the related-sector of entrepreneurship in regard to improving the companies' business performance. It is expected in the near future the Muslim boutique industry business in West Java will give a significant contribution to its economic growth.

**KEY WORD:** Business Performance; Muslim Boutique; Entrepreneurial Competencies; Organizational Capabilities.

**About the Authors:** Rian Ahmad Syathari, M.Sc. adalah Mahasiswa S-3 pada Program Studi Manajemen Bisnis SPs UPI (Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia) di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Prof. Dr. Agus Rahayu dan Prof. Dr. Ratih Hurriyati adalah Dosen pada Program Studi Manajemen Bisnis SPs UPI di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Alamat e-mail: [rianahmad80@gmail.com](mailto:rianahmad80@gmail.com) dan [emaa.laith@upi.edu](mailto:emaa.laith@upi.edu)

**Suggested Citation:** Syathari, Rian Ahmad, Agus Rahayu & Ratih Hurriyati. (2019). "Kinerja Bisnis Industri Butik Muslim di Jawa Barat, Indonesia" in *SOSIOHUMANIKA: Jurnal Pendidikan Sains Sosial dan Kemanusiaan*, Volume 12(2), November, pp.157-168. Bandung, Indonesia: Minda Masagi Press owned by ASPENSI with ISSN 1979-0112 (print) and ISSN 2622-6855 (online).

**Article Timeline:** Accepted (September 19, 2019); Revised (October 28, 2019); and Published (November 30, 2019).

## PENDAHULUAN

Usaha industri, khususnya industri kreatif, adalah jenis industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Dalam upaya untuk mengakselerasi pengembangan ekonomi kreatif di Jawa Barat, Indonesia, BAPPEDA JABAR (Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Jawa Barat) membentuk Tim Inisiasi, sebagai *task force*, yang kemudian oleh Gubernur – melalui Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat, Nomor 500/Kep.146-Bapp/2012, tanggal 12 Januari 2012, membentuk Komite Pengembangan Ekonomi Kreatif Jawa Barat (Florida, 2017; Howkins, 2018; dan Riadi, 2018).<sup>1</sup>

Provinsi Jawa Barat memiliki hampir semua sub-sektor ekonomi kreatif, sebagaimana tercantum dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Di Jawa Barat, ada beberapa sektor industri unggulan, di antaranya: disain, *fesyen*, kerajinan, kuliner, pertunjukan, *software*, dan *games*. *Fesyen* dan kerajinan merupakan sub-sektor yang dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi. Kedua jenis industri ini menjadi lokomotif dalam perkembangan industri kreatif nasional (Efendi, 2014; Yahya, 2015; dan Setyadi *et al.*, 2017).

Khusus yang berkaitan dengan industri kreatif *fesyen*, berdasarkan data ILMATEL (Industri Logam, Telematika, dan Tekstil) Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Barat, pada tahun 2013, sentra industri kreatif *fesyen* di Jawa Barat tersebar di Kabupaten Bandung (44%); Kota Bandung (30%); Kabupaten Sumedang (17%); Kota Cimahi (19%); Kabupaten Garut (28%); Kota Tasikmalaya (17%); dan Kota Banjar (6%). Salah satu sektor *fesyen* yang berkembang di

Jawa Barat dan di kota-kota lainnya adalah Butik Muslim (Soei, Satyarini & Prasetya, 2015; Kharismanto, 2019; dan *ibidem* catatan kaki nomor 1).

Kondisi kinerja bisnis industri Butik Muslim di Provinsi Jawa Barat sangat bervariasi, yang disebabkan oleh berbagai faktor. Fenomena menunjukkan kurang terlihatnya suatu upaya terstruktur untuk secara bertahap mengembangkan dan mempertahankan kecakapan yang diperlukan dalam upaya menyesuaikan kondisi atau kecenderungan yang cepat berganti, yang diakibatkan gencarnya arus informasi yang masuk. Hal itu menunjukkan belum optimalnya kemampuan pengelola atau pemilik perusahaan dalam menjalankan roda bisnis mereka, padahal sebenarnya kemampuan seperti ini sangat diperlukan dalam mengoptimalkan kepuasan pelanggan (Efendi, 2014; Martello, Barosso & Capella, 2014; dan Budiando, 2019).

Banyak faktor yang secara teoritis menjadi indikator kinerja bisnis perusahaan. Faktor-faktor yang menjadi indikator kinerja bisnis, di antaranya, adalah meningkatkan penciptaan nilai pelanggan. Karena itu, perusahaan harus fokus pada peningkatan kemampuan yang berkaitan dengan penciptaan nilai pelanggan sebagai komponen kunci untuk memaksimalkan nilai yang dibuat untuk mereka; dan ini di antaranya terkait dengan semangat sebagai *agent of change* atau agen perubahan (*cf* Hartomo & Cahyadin, 2013; Raldianingrat & Wuryanti, 2014; dan Hapsari & Setiawan, 2019).

Dalam konteks ini, pelaku usaha industri Butik Muslim di Bandung belum sepenuhnya memiliki jiwa sebagai *agent of change* itu. Tanggung jawab para pengusaha dan pengelola organisasi diasumsikan masih sebatas menjalankan rutinitas. Belum ada visi yang lebih besar, dan kinerja kepemimpinan pun diasumsikan masih relatif belum optimal (Haryanti *et al.*, 2015; Soei, Satyarini & Prasetya, 2015; dan Budiando, 2019).

Hasil penelusuran literatur menunjukkan bahwa kinerja bisnis juga

<sup>1</sup>Lihat juga, misalnya, "Ridwan Kamil: Ekonomi Kreatif Jawa Barat Paling Progresif" dalam *BAPPEDA Provinsi Jawa Barat*, pada 16 Juli 2019. Tersedia secara online juga di: <http://bappeda.jabarprov.go.id/ridwan-kamil-ekonomi-kreatif-jawa-barat-paling-progresif/> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 17 Agustus 2019].

dipengaruhi oleh faktor kemampuan pebisnis dalam berwirausaha atau dalam menjalankan *entrepreneurship*. Faktor ini, berdasarkan penelitian, membantu perusahaan dalam memperkuat posisi bersaing dan meningkatkan efisiensi. Selain itu, kemampuan mengakses sumber daya dan kecakapan kritis juga menjadi faktor yang memberi kontribusi terhadap kinerja bisnis. Faktor-faktor lain yang berpengaruh adalah kemampuan memasuki pasar yang baru dan menjadi bagian penting dalam meraih kesuksesan dan kemampuan bersaing (Djojo, 2013; Abaho, Ntayi & Kisubi, 2016; dan Ismara *et al.*, 2018).

Kemampuan menjalankan *enterpreunership* adalah kecakapan dalam mengelola perusahaan dan melakukan hubungan berdasarkan suatu tujuan tertentu. Termasuk dalam kecakapan itu adalah kecakapan melakukan kerjasama antara dua atau lebih perusahaan yang independen dan melibatkan pertukaran, pembagian, atau pengembangan bersama sumber daya, serta kecakapan untuk mendapatkan keuntungan bersama (Gemina, Silaningsih & Yuningsih, 2016; Howkins, 2018; dan Ismara *et al.*, 2018).

Hasil pengamatan terkait faktor ini menunjukkan kecenderungan bahwa pelaku bisnis industri Butik Muslim di Jawa Barat masih dihadapkan pada sejumlah permasalahan. Sebagai contoh, dalam hal keefektivan personel, pelaku usaha masih belum memiliki inisitaif yang kuat untuk memajukan usaha dengan cara-cara yang lebih inovatif. Fleksibilitas pelaku usaha menghadapi perubahan lingkungan bisnis juga masih perlu ditingkatkan. Budaya keberanian mengambil risiko, belum termasuk tinggi. Keragaman kondisi faktor-faktor, sebagaimana dijelaskan di atas, diasumsikan memberi dampak pada kinerja bisnis pelaku usaha industri Butik Muslim di Jawa Barat. Berdasarkan latar belakang ini, penelitian difokuskan pada mengkaji bagaimana kondisi kinerja bisnis industri Butik Muslim di Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

**Tinjauan Pustaka.** Di atas telah dijelaskan bahwa Provinsi Jawa Barat

memiliki hampir semua sub-sektor ekonomi kreatif, termasuk sub-sektor industri Butik Muslim. Namun demikian, dari populasi industri *fesyen* yang disampaikan, baru sekitar kurang dari 50% yang tergolong dapat menjadi andalan, sedangkan sisanya relatif masih sulit untuk berkembang. Hal itu menjadi gambaran bahwa kinerja bisnis industri Butik Muslim di Jawa Barat belum dapat dikatakan optimal, jika dibandingkan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk yang dihasilkan dan produk yang dipasarkan, yaitu *hijab fashion* (Soei, Satyarini & Prasetya, 2015; Utoyo *et al.*, 2017; dan Soheh, 2019).

Aron O' Cass & Jay Weerawardena (2009), dan sarjana lainnya, menyatakan bahwa salah satu indikator utama yang digunakan untuk mengukur kinerja bisnis adalah: (1) pangsa pasar atau *market share*; (2) jumlah penjualan atau *sales volume*; dan (3) kenaikan penjualan atau *sales growth* (O' Cass & Weerawardena, 2009; Haryanti *et al.*, 2015; dan Rahayu, 2015). Sementara menurut F.R. David (2013) dan sarjana lainnya, kriteria kuantitatif yang umumnya digunakan untuk mengevaluasi kinerja bisnis adalah rasio finansial yang meliputi: RoI atau *Return on Investment*; RoE atau *Return on Equity*; *Profit Margin*; *Market Share*; *Debt to Equity*; *Earnings per Share*; *Sales Growth*; dan *Assets Growth* (cf David, 2013; Ningrum, 2014; dan Permadi, Handayani & Topowijono, 2015).

Kinerja bisnis, secara teoritik, dipengaruhi oleh kompetensi berwirausaha atau *entrepreneurial competence* dan kecakapan organisasional atau *organizational capability*. Dengan bekal dua jenis kecakapan itu, pelaku wirausaha akan dapat mengembangkan usahanya, karena dia dapat menembus persaingan dan menerobos pasar yang lebih luas. Dengan demikian, selain kinerja bisnisnya semakin baik juga profit yang diperoleh dapat memungkinkan usaha itu berhasil berkembang (Sukirman, 2014; Kurniati, 2018; dan Rusdiana, 2018).

Kompetensi berwirausaha pernah diteliti oleh B.K. Nassiuma (2017) dan sarjana lainnya, yang mengemukakan beberapa

definisi kompetensi *entrepreneurship*, yaitu: karakteristik level yang lebih tinggi yang mencakup ciri kepribadian, keterampilan, dan pengetahuan; dan kelompok kompetensi spesifik yang penting untuk kewirausahaan yang sukses. Selain itu, kompetensi ini adalah sumber utama untuk kesuksesan perusahaan. Ini menunjukkan bahwa usaha wirausaha yang berhasil harus memiliki kompetensi berwirausaha tingkat tinggi (Irawan & Mulyadi, 2016; Nassiuma, 2017; dan Ismara *et al.*, 2018).

B.K. Nassiuma (2017), dan sarjana lainnya, juga menyimpulkan bahwa kompetensi itu meliputi karakteristik psikologis wirausahawan, yang meliputi *locus of control*, sikap terhadap pengambilan risiko, dan inovasi. Dalam karakteristik ini, terdapat kompetensi *entrepreneurship* yang dapat diamati dan diukur dalam hal proses psikologis seorang pengusaha. Kompetensi ini juga diukur dengan tiga dimensi, yaitu kompetensi terkait sikap atau *attitudinal competence*; kompetensi perilaku atau *behavioural competence*; dan kompetensi manajerial atau *managerial competence* (Endratno & Widhiandono, 2017; Nassiuma, 2017; dan Ismara *et al.*, 2018).

Dari hasil studi eksplorasi yang dilakukan oleh L. Robles & S. Zarraga-Roriguez (2015), dan sarjana lainnya, disimpulkan para ahli sepakat bahwa kompetensi yang relevan untuk berwirausaha adalah asumsi risiko, inisiatif, tanggung jawab, kedinamisan, pemecahan masalah, pencarian dan analisis informasi, orientasi hasil, perubahan manajemen, dan kualitas kerja. Namun demikian, tidak ada konsensus yang diperoleh untuk beberapa kompetensi wirausaha yang sering dikutip dalam literatur, yaitu pengembangan jaringan sosial, kontrol diri, dan mobilitas sosial (*cf* Robles & Zarraga-Roriguez, 2015; Isa, 2017; dan Rusdiana, 2018).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya kompetensi berwirausaha ini dalam mendorong daya saing dan kinerja perusahaan. Temuan dari S. Sajilan & S. Tehseen (2015) dan sarjana lain, misalnya, mengungkapkan bagaimana UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dapat

mencapai keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan kompetensi berwirausaha mereka dan kompetensi jaringan dalam turbulensi lingkungan era global modern. Selain itu, kompetensi ini adalah sumber utama untuk kesuksesan perusahaan (Rahim, Husni & Yanti, 2014; Sajilan & Tehseen, 2015; dan Sihombing & Ekyawan, 2016).

Hal itu diperkuat oleh temuan dari C. Vijaya, D. Manjula & D. Mitrabindha (2015), dan sarjana lainnya, yang menyatakan bahwa ada 6 elemen *entrepreneurial competency*, yang berhubungan dengan keunggulan bersaing, yaitu: (1) pengetahuan tentang manajemen strategik; (2) pengetahuan tentang manajemen bisnis; (3) kecakapan dalam membuat perencanaan; (4) mengeksekusi perencanaan; (5) melakukan hubungan interpersonal; dan (6) kecakapan responsif (Dessler, 2011; Handrimurtjahjo, 2014; dan Vijaya, Manjula & Mitrabindha, 2015).

N.A.B. Hashim, M. Raza & S. Minai (2018), dan sarjana lainnya, juga menemukan bahwa bagi perusahaan kecil, kompetensi berwirausaha menjadi solusi perspektif bagi kinerja bisnis (Gemina, Silaningsih & Yuningsih, 2016; Irawan & Mulyadi, 2016; dan Hashim, Raza & Minai, 2018). Manakala E.S. Abaho, A.J. Ntayi & M.K. Kisubi. (2016), dan sarjana lainnya, juga menemukan bahwa pemilik dan manajer, melalui kompetensi berwirausaha, dapat menggunakan kemampuan perusahaan sebagai alat untuk mempengaruhi operasi perusahaan dalam meningkatkan kinerja mereka (Suryanita, 2006; Djojo, 2013; dan Abaho, Ntayi & Kisubi, 2016).

Terkait kecakapan organisasional, kecakapan ini merupakan salah satu faktor kunci kesuksesan dalam menjalankan wirausaha bagi usaha kecil dan menengah. Kompetensi berwirausaha dan kecakapan organisasional tidak dapat dilepaskan satu sama lain. Dua faktor ini ibarat dua sisi mata uang, yang merupakan dua dimensi yang harus dimiliki oleh setiap pelaku wirausaha, termasuk pelaku industri kreatif, baik yang termasuk kategori usaha kecil maupun menengah (Zimmerer &

Scarborough, 2008; Vidyatmoko & Rosadi, 2015; dan Rusdiana, 2018).

Kecakapan melakukan pemasaran produk merupakan kemampuan dalam menjual produk atau jasa yang dihasilkannya. Menurut T.L. Wheelen & J.D. Hunger (2010), dan sarjana lainnya, pemasaran adalah penetapan harga, penjualan, dan suatu kegiatan yang berkaitan dengan pendistribusian produk atau jasa. Dalam industri kreatif, kecakapan pemasaran ini merupakan ujung tombak dari hasil penciptaan produk atau jasa. Kecakapan memanfaatkan teknologi, terkait dengan kecakapan berwirausaha, dan ini ditunjukkan oleh kemampuan dalam memanfaatkan peralatan yang menunjang proses produksi berdasarkan apapun yang diminta oleh konsumen (Wheelen & Hunger, 2010; Sihombing & Ekyawan, 2016; dan Wilantara, 2017).

Fleksibilitas peralatan menjadi hal yang mutlak terkait kecakapan ini, dimana peralatan yang dimiliki diharapkan dapat menunjang secara maksimal setiap langkah yang diperlukan untuk membuat produk yang diinginkan dengan biaya yang lebih rendah daripada pesaing. Pada industri kreatif, kecakapan ini terintegrasi dengan proses penelitian dan pengembangan organisasi, yang dilakukan secara terus-menerus; serta hasil penelitian dan pengembangan akan diberikan ke rantai produksi untuk segera dibuatkan produk massal (Waluyo, 2010; Wilantara, 2017; dan Rusdiana, 2018).

Pada penelitian yang dilakukan oleh G.G. Inan & U.S. Biticci (2016), dan sarjana lainnya, kecakapan organisasional dibagi ke dalam dua kategori, yaitu kecakapan operasional dan kecakapan dinamis. Kecakapan operasional merupakan rutinitas yang penting untuk melangsungkan operasi sehari-hari, yang dibedakan menjadi *first category of capabilities*, *zero-level capabilities*, *substantive capabilities*, dan *resource base*. Manakala kecakapan dinamis didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang kompetensi internal dan eksternal untuk mengatasi lingkungan

yang berubah dengan cepat (Manullang, 2008; Fattah, 2011; dan Inan & Biticci, 2016).

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi kecakapan-kecakapan tersebut. Di antara faktor-faktor itu adalah pembelajaran organisasi ditekankan sebagai pendekatan penting untuk mengembangkan kemampuan di tingkat organisasi dan kognisi manajerial. Pengembangan kecakapan ini dipandang sebagai manajemen sumber daya manusia, pengembangan struktur organisasi, dan manajemen emosional. Faktor-faktor yang mempengaruhi itu mencerminkan persepsi dan minat berbagai kelompok penelitian. Hasil penelitian menemukan pentingnya kecakapan ini bagi pencapaian kinerja perusahaan (*cf* Priyono, 2010; David, 2013; dan Inan & Biticci, 2016).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut D.R. Cooper & P.S. Schindler (2006), "*Quantitative research is explaining phenomena by collecting numerical data that are analysed using mathematically based methods*" (Cooper & Schindler, 2006:229). Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri Butik Muslim di Jawa Barat; dan unit pengamatan adalah pemilik atau pihak manajemen dari perusahaan tersebut. Pengamatan dilakukan pada *time horizon* yang bersifat *cross section*, yakni pada tahun 2019. Populasi sasaran adalah perusahaan Butik Muslim di Jawa Barat, Indonesia.

Penentuan sampel disesuaikan dengan penggunaan SEM (*Structural Equation Modelling*), yang membutuhkan jumlah sampel yang besar, yaitu antara 100 sampai 200. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 200 (Cooper & Schindler, 2006; Sarwono, 2010; dan Latan, 2013).

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner yang berbentuk skala rating, atau *rating scale*, dengan menyediakan 5 (lima) alternatif rating pada setiap butir pernyataan, dengan arti: nomor 1 rating paling rendah

**Tabel 1:**  
Simultaneous Testing of Hypothesis

Hypothesis	R <sup>2</sup>	F	Conclusion
Entrepreneurial Competencies and Organizational Capabilities -> Business Performances	0.416	16.713*	Hypothesis Accepted

\* Significant at  $\alpha = 0.05$  (F table = 3.195).

**Table 2:**  
Partial Testing of Hypothesis

Hypothesis	$\gamma$	SE( $\gamma$ )	t-value	R <sup>2</sup>
Entrepreneurial Competencies -> Business Performances	0.255	0.084	3.043*	0.071
Organizational Capabilities -> Business Performances	0.582	0.070	8.366*	0.345

\* Significant at  $\alpha = 0.05$  (t table = 2.01).

dan rating nomor 5 adalah paling tinggi. Terhadap instrument tersebut telah dilakukan uji validitas isi dengan metode *expert judgment*, dan berdasarkan jajmen para ahli itu instrument telah memiliki validitas isi yang memadai (Priyatno, 2008; Sugiyono, 2011; dan Hendryadi, 2017).

Selain itu juga telah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode pengujian *Cronbach Alpha*; dan hasil pengujian itu menunjukkan hasil  $\alpha = 0.70$ , yang berarti indeks reliabilitas instrument adalah 0.70 yang berarti cukup baik (Cooper & Schindler, 2006; Sugiyono, 2011; dan Raharjo, 2014).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Studi ini dilakukan untuk mengkaji kondisi kinerja bisnis para pelaku industri kreatif Butik Muslim di Provinsi Jawa Barat, Indonesia, dan faktor-faktor atau variable yang memberi pengaruh terhadap kinerja bisnis itu, terutama variable kompetensi berwirausaha dan kecakapan organisasional/manajerial. Hasil pengujian terhadap hipotesis secara simultan pengaruh bersama antara kompetensi berwirausaha dan kecakapan organisasional terhadap kinerja bisnis perusahaan menunjukkan keadaan seperti ditampilkan pada tabel 1.

Berdasarkan tabel 1 tampak bahwa pada tingkat keterpercayaan (*level of confidence*) 95% ( $\alpha = 0.05$ ), secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan

variabel kompetensi berwirausaha dan kecakapan organisasional terhadap kinerja bisnis perusahaan hingga mencapai 41.6%; sedangkan sisanya, yaitu 58.4%, dipengaruhi oleh variabel lain (tidak menjadi fokus studi).

Adapun hasil pengujian hipotesis parsial terkait pengaruh variabel kompetensi berwirausaha terhadap kinerja bisnis dan pengaruh variabel kecakapan organisasional terhadap kinerja bisnis ditampilkan pada table 2.

Tabel 2 menunjukkan tentang hasil pengujian hipotesis secara parsial, yang menunjukkan pengaruh kompetensi berwirausaha terhadap kinerja bisnis yang signifikan, dan ditunjukkan oleh  $R^2 = 0.71$ , atau 71%; sedangkan pengaruh kecakapan organisasional terhadap kinerja bisnis yang juga signifikan dengan  $R^2 = 0.345$ , atau kontribusinya sebesar 34.5%.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut, selanjutnya dirumuskan berbagai temuan dengan mengelaborasi masing-masing variabel. Temuan-temuan penelitian ini adalah sebagaimana nampak dalam figur 1.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kompetensi berwirausaha dan kecakapan organisasional berpengaruh secara signifikan pada kinerja bisnis industri Butik Muslim di Jawa Barat, Indonesia. Kecakapan organisasional memiliki pengaruh lebih besar, yaitu sebesar 34.5%, dibandingkan kompetensi berwirausaha dengan pengaruh sebesar 7.1%.

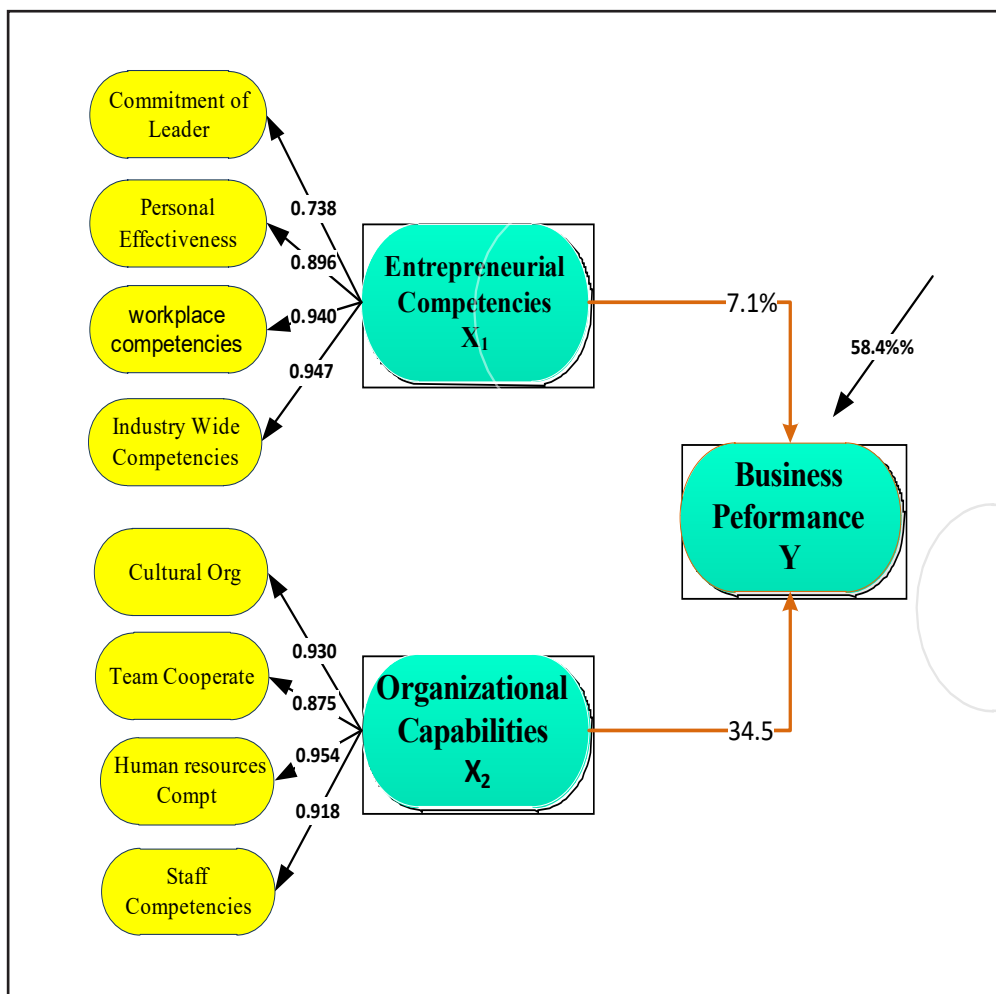


Figure 1:  
Research Finding

Variabel kecakapan organisasional dibentuk oleh dimensi-dimensi: *cultural organization*, *team cooperate*, *human resources competency*, dan *staff competencies*. Dari keempat dimensi tersebut, hasil pengujian menunjukkan bahwa dimensi *human resources competency* memiliki tingkat pengaruh yang paling tinggi dengan koefisien 0.954 dalam meningkatkan *business performance*, diikuti oleh *cultural organisation* (0.930); *staff competencies* (0.918); dan *team cooperate* (0.85). Hal ini menggambarkan bahwa pengembangan *organizational capabilities* pada aspek *human resources competency* mampu memberikan kontribusi terbesar dalam meningkatkan *business performance*.

Variabel kompetensi berwirausaha dibangun oleh empat dimensi, yaitu:

komitmen pimpinan atau *commitment of leader*; keefektifan personal atau *personal effectiveness*; kompetensi di tempat kerja atau *workplace competencies*; dan kompetensi industri secara luas atau *industry wide competencies*. Dari keempat dimensi tersebut, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dimensi *industry wide competencies* memiliki pengaruh paling tinggi dengan koefisien 0.947; diikuti oleh dimensi *workplace competencies* (0.940); *personal effectiveness* (0.896); dan *commitment of leader* (0.738). Hasil tersebut mengungkapkan bahwa pengembangan kompetensi berwirausaha pada aspek *industry wide competencies* memberi kontribusi terbesar dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa bagi perusahaan Butik Muslim di

Jawa Barat, Indonesia, peningkatan kinerja bisnis bertumpu pada pengembangan kecakapan organisasional dan ditunjang oleh kompetensi berwirausaha. Terkait ini, kompetensi sumber daya manusia memberikan kontribusi tertinggi dalam meningkatkan kinerja bisnis. Kompetensi ini menggambarkan sejauh mana sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan kompeten dalam mengelola dan menjalankan aktivitas bisnis, baik dalam memproduksi produk berkualitas maupun dalam melayani konsumen, sehingga memberikan kepuasan kepada mereka. Hal itu dapat meningkatkan penjualan dan pemasukan bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan dukungan pada temuan penelitian terdahulu, yaitu yang dilakukan oleh W. Xiaoying *et al.* (2017) dan sarjana lainnya, yang menemukan pentingnya kecakapan organisasional bagi pencapaian kinerja perusahaan. Adapun kecakapan manajerial merupakan salah satu faktor kunci kesuksesan dalam menjalankan wirausaha bagi usaha kecil dan menengah (Vidyatmoko & Rosadi, 2015; Gemina, Silaningsih & Yuningsih, 2016; dan Xiaoying *et al.*, 2017).

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan B.K. Nassiuma (2017), dan sarjana lainnya, yang menyatakan bahwa usaha wirausaha yang berhasil harus memiliki kompetensi berwirausaha tingkat tinggi (*cf* Irawan & Mulyadi, 2016; Nassiuma, 2017; dan Ismara *et al.*, 2018).

Pengembangan kompetensi industri secara luas memberi kontribusi tertinggi terhadap penciptaan kompetensi berwirausaha guna meningkatkan kinerja bisnis. Hal itu menunjukkan adanya pemahaman manajemen terhadap kewirausahaan, kemampuan melakukan inovasi, kemampuan membuat perencanaan, kemampuan pemasaran, pengelolaan keuangan, kemampuan mengoperasikan bisnis, serta kemampuan menilai dan mengelola resiko (Walker, 2009; Parnell, 2011; dan Sukirman, 2014).

Temuan hasil penelitian yang mengungkap bahwa kompetensi

berwirausaha mempengaruhi kinerja bisnis tersebut menunjukkan dukungan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh S. Sajilan & S. Tehseen (2015), dan sarjana lainnya, tentang bagaimana UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan kompetensi berwirausaha mereka dan kompetensi jaringan dalam turbulensi lingkungan era global (Rahim, Husni & Yanti, 2014; Sajilan & Tehseen, 2015; dan Sihombing & Ekyawan, 2016).

Hal itu diperkuat oleh temuan dari N.A.B. Hashim, M. Raza & S. Minai (2018), dan sarjana lainnya, yang menunjukkan bahwa bagi perusahaan kecil, kompetensi berwirausaha dan kecakapan organisasional menjadi solusi prospektif bagi kinerja bisnis (Gemina, Silaningsih & Yuningsih, 2016; Irawan & Mulyadi, 2016; dan Hashim, Raza & Minai, 2018).

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung temuan E.S. Abaho, A.J. Ntayi & M.K. Kisubi (2016), dan sarjana lainnya, bahwa pemilik dan manajer, melalui kompetensi berwirausaha mereka, dapat menggunakan kemampuan perusahaan sebagai alat untuk mempengaruhi operasi perusahaan mereka dalam meningkatkan kinerja mereka (Djojo, 2013; Abaho, Ntayi & Kisubi, 2016; dan Ismara *et al.*, 2018).

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi berwirausaha dan kecakapan organisasional memberi pengaruh signifikan pada kinerja bisnis industri Butik Muslim di Jawa Barat, Indonesia. Kecakapan organisasional memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan kompetensi berwirausaha dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi manajemen perusahaan Butik Muslim di Jawa Barat, bahwa peningkatan kinerja bisnis bertumpu pada pengembangan kecakapan organisasional yang ditunjang dengan kompetensi berwirausaha. Pengembangan kecakapan organisasional bertumpu pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia.



Sementara pengembangan kecakapan berwirausaha bertumpu pada aspek kompetensi industri yang bersifat luas. Dalam hal pemahaman manajemen terhadap kewirausahaan, kemampuan-kemampuan melakukan inovasi, membuat perencanaan, pemasaran, pengelolaan keuangan, mengoperasikan bisnis, serta kemampuan menilai dan mengelola resiko.<sup>2</sup>

## Referensi

- Abaho, E.S., A.J. Ntayi & M.K. Kisubi. (2016). "Firm Capabilities, Entrepreneurial Competency, and Performance of Ugandan SME" in *Business Management Review*.
- Budianto, Arif. (2019). "Kemenperin Tantang Jabar Punya Pusat Industri Kreatif" dalam *SindoNews.Com*, pada 6 Agustus. Tersedia secara online juga di: <https://jabar.sindonews.com/read/9235/1/kemenperin-tantang-jabar-punya-pusat-industri-kreatif> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 17 Agustus 2019].
- Cooper, D.R. & P.S. Schindler. (2006). *Bussines Research Methods*. Mew York: McGraw-Hill International Edition, 9<sup>th</sup> edition.
- David, F.R. (2013). *Strategic Management: Concepts & Cases*. London: Pearson Education Limited.
- Dessler, Gary. (2011). *Human Resource Management*. New York: McGraw-Hill, Series in Management.
- Djojo, Brata Wibawa. (2013). "Kompetensi, Pengalaman, dan Pembelajaran Inovasi yang Memengaruhi Kemampuan Berinovasi dan Sukses Kewirausahaan" dalam *BINUS Business Review*, Vol.4, No.2 [November], hlm.607-618. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/167983-ID-kompetensi-pengalaman-dan-pembelajaran-i.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 27 Desember 2018].
- Efendi, Syahrul D. (2014). "Ekonomi Kreatif: Permasalahan, Tantangan, dan Prospeknya" dalam *KOMPASIANA: Beyond Blogging*, pada 24 Oktober. Tersedia secara online juga di: <https://www.kompasiana.com/syahrulefendi/d/54f40a4d745513a12b6c845f/ekonomi-kreatif-permasalahan-tantangan-dan-prospeknya> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 7 Desember 2018].
- Endratno, Hermin & Hengky Widhiandono. (2017). "Pengaruh Inovativeness, Kebutuhan akan Prestasi, Locus of Control, Risk Taking Propensity, dan Self Confidence terhadap Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto" dalam *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu*, hlm.561-568. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/171325-ID-pengaruh-inovativeness-kebutuhan-akan-pr.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 21 Desember 2018].
- Fattah, Nanang. (2011). *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Florida, Richard. (2017). *The Rise of the Creative Class and How it's Transforming Work, Leisure, and Everyday Life*. USA [United States of America]: Basic Books.
- Gemina, Dwi, Endang Silaningsih & Erni Yuningsih. (2016). "Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia" dalam *Jurnal Manajemen Teknologi*, Volume 15(3), hlm.297-323. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/117128-ID-pengaruh-motivasi-usaha-terhadap-keberha.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 7 Desember 2018].
- Handrimurtjahjo, Agustinus Dedy. (2014). "Peran Strategic Entrepreneurship dalam Membangun Sustainable Competitive Advantage" dalam *BINUS Business Review*, Vol.5, No.2 [November], hlm.437-446. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/167869-ID-peran-strategic-entrepreneurship-dalam-m.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 21 Desember 2018].
- Hapsari, Nurmalita Rhizky & Achma Hendra Setiawan. (2019). "Analisis Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Industri Kreatif Bidang Kerajinan di Kota Semarang" dalam *Diponegoro Journal of Economics*, Vol.1, No.1, hlm.47-54.
- Hartomo, Deny Dwi & Malik Cahyadin. (2013). "Pemeriksaan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta" dalam *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, Vol.4, No.2 [Desember], hlm.225-236.
- Haryanti, Dewi Meisari et al. (2015). *Berani Jadi Wirausaha Sosial? Membangun Solusi atas Permasalahan Sosial secara Mandiri dan Berkelanjutan*. Depok: Penerbit DBS Foundation. Tersedia secara online juga di: <https://www.dbs.com/iwov-resources/pdf/indonesia/social-good/Berani-jadi-SE-24Jun2015-final.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 7 Desember 2018].
- Hashim, N.A.B., M. Raza & S. Minai. (2018). "Relationship between Entrepreneurial

<sup>2</sup> Pernyataan: Kami, yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa artikel adalah murni hasil karya akademik kami bertiga. Bilamana di kemudian hari terbukti bahwa data dan judul tersebut merupakan hasil jiplakan/plagiat dari karya tulis orang lain, maka sesuai dengan kode etik ilmiah, kami menyatakan bersedia untuk diberikan sanksi akademik. Artikel ini juga belum pernah dikirim, direviu, dan diterbitkan oleh jurnal ilmiah lain. Kami tidak akan menarik artikel ini - setelah diterima dan direviu oleh Editor - dan setuju untuk diterbitkan dalam jurnal SOSIOHUMANIKA di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Demikian surat pernyataan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

- Compentencies and Small Firm Performance: Are Dynamic Capabilities the Missing Link?" in *Academy of Strategic Management Journal*, Volume 17, Issue 2, Pp.1-10.
- Hendryadi. (2017). "Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner" dalam *JRMB: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol.2, No.2 [Juni], hlm.169-178.
- Howkins, John. (2018). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. USA [United States of America]: Penguin.
- Inan, G.G. & U.S. Biticci. (2016). "Understanding Organizational Capabilities and Dynamic Capabilities in the Context of Micro Enterprises: A Research Agenda" in *PROCEDIA: Social and Behavioral Sciences*, Volume 210, pp.310-319.
- Irawan, Ari & Hari Mulyadi. (2016). "Pengaruh Keterampilan Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha: Studi Kasus pada Distro Anggota Kreative Independent Clothing Kommunity di Kota Bandung" dalam *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, Vol.1, No.1 [April], hlm.213-223.
- Isa, Muzakar. (2017). "Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Kinerja Industri Mebel". Tersedia secara online di: <http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/viewFile/1327/886> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 21 Desember 2018].
- Ismara, K. Ima et al. (2018). *Buku Referensi Cyberzone: Membangun Bisnis di Era Industri 4.0*. Jakarta: Penerbit Kemdikbud RI [Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia]. Tersedia secara online juga di: <http://repositori.kemdikbud.go.id/10841/1/Buku%20Referensi> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 17 Januari 2019].
- Kharismanto, Adri Ramdhani. (2019). "Analisis Kinerja Inovasi Produk pada Industri Busana Muslim Kota Bandung Berdasarkan Dimensi Product Innovation Efficacy dan Product Innovation Efficiency". *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Bandung: Fakultas Ekonomi UNPAR [Universitas Katholik Parahyangan]. Tersedia secara online juga di: <http://repositori.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/8096> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 27 Juli 2019].
- Kurniati, Edy Dwi. (2018). *Kewirausahaan Industri*. Yogyakarta: Deepublish. Tersedia secara online juga di: [http://repositori.undaris.ac.id/44/2/Kewirausahaan%20Industri\\_v.3.0\\_A5.pdf](http://repositori.undaris.ac.id/44/2/Kewirausahaan%20Industri_v.3.0_A5.pdf) [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 14 Februari 2019].
- Latan, H. (2013). *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program Lisrel 8.80*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Manullang, M. (2008). *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Martello, S., K. Barosso & G. Capella. (2014). "The Use of Organizational Capabilities to Increase Customer Value" in *Journal of Business Research*, Volume 66, Issue 10, pp.2042-2050.
- Nassiuma, B.K. (2017). "Entrepreneurial Compentencies and Livelihood Improvement: The Moderating Role of Gender" in *Advances in Social Sciences Research Journal*, Vol.4, No.22, pp.78-87.
- Ningrum, Febri Surya. (2014). "Analisis Return on Investment (RoI) untuk Menilai Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, 2009-2013". *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Kediri: Program Studi Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP [Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan], Universitas Nusantara PGRI [Persatuan Guru Republik Indonesia]. Tersedia secara online juga di: [http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file\\_artikel/2015/09.1.01.04.0051.pdf](http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2015/09.1.01.04.0051.pdf) [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 14 Desember 2018].
- O' Cass, Aron & Jay Weerawardena. (2009). "Examining the Role of International Entrepreneurship, Innovation, and International Market Performance in SME Internationalization" in *European Journal of Marketing*, Vol.43, No.11/12, pp.1325-1348.
- Parnell, J.A. (2011). "Strategic Capabilities Competitive Strategy and Performance among Retailers in Argentina, Peru, and United States" in *Management Decision*, Vol.49, No.1, pp.130-155.
- Permadi, Rio Mey, Siti Ragil Handayani & Topowijono. (2015). "Analisis Return on Investment (RoI) dan Residual Income (RI) guna Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi pada PT Astra International, Tbk. Periode 2008-2012". Tersedia secara online di: <https://media.neliti.com/media/publications/75969-ID-analisis-return-on-investment-roi-dan-re.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 14 Desember 2018].
- Priyatno, Dwi. (2008). *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Priyono. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Penerbit Zifatama Publisher. Tersedia secara online juga di: [https://www.binadarma.ac.id/wp-content/uploads/2016/03/NASKAH\\_MSDM\\_PDF LENGKAP.pdf](https://www.binadarma.ac.id/wp-content/uploads/2016/03/NASKAH_MSDM_PDF LENGKAP.pdf) [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 14 Desember 2018].
- Raharjo, Sahid. (2014). "Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbach dengan SPSS" dalam *SPSS Indonesia: Olah Data Statistik dengan SPSS*. Tersedia secara online juga di: <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 27 Desember 2018].
- Rahayu, Jumie Sephy. (2015). "Pemilihan Strategi untuk Meningkatkan Kinerja Inovasi Klaster Industri Kreatif Kampoeng Batik Laweyan". *Tesis Magister Tidak Diterbitkan*. Surabaya: Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri ITS [Institut Teknologi Sepuluh Nopember]. Tersedia secara online juga di: [http://repositori.its.ac.id/62525/3/2512205007-Master\\_Theses.pdf](http://repositori.its.ac.id/62525/3/2512205007-Master_Theses.pdf) [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 14 Desember 2018].
- Rahim, Rida, Tafdil Husni & Yanti. (2014). "Pengembangan Model Sentra Industri Kreatif Motif Kerajinan Minang melalui Adaptability

- IKM, Inovasi, Kewirausahaan, dan Keunggulan Kompetitif” dalam *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol.3, No.2 [September], hlm.1-18.
- Raldianingrat, Welis & Wuryanti. (2014). “Upaya Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Kerajinan melalui People Equity dan Strategi Inovasi di Kabupaten Konawe” dalam *EKOBIS*, Vol.15, No.2 [Juli], hlm.102-112. Tersedia secara online juga di: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/viewFile/566/468> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 7 Desember 2018].
- Riadi, Muchlisin. (2018). “Pengertian, Ciri-ciri, dan Sektor Ekonomi atau Industri Kreatif” dalam *KajianPustaka.Com*, pada 8 Januari. Tersedia secara online juga di: <https://www.kajianpustaka.com/2018/01/pengertian-ciri-ciri-dan-sektor-ekonomi-industri-kreatif.html> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 7 Februari 2019].
- “Ridwan Kamil: Ekonomi Kreatif Jawa Barat Paling Progresif” dalam *BAPPEDA Provinsi Jawa Barat*, pada 16 Juli 2019. Tersedia secara online juga di: <http://bappeda.jabarprov.go.id/ridwan-kamil-ekonomi-kreatif-jawa-barat-paling-progresif/> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 17 Agustus 2019].
- Robles, L. & S. Zarraga-Roriguez. (2015). “Key Competencies for Entrepreneurship” in *Proceeding of 2<sup>nd</sup> Global Conference on Business, Economic, Management, and Tourism*. Organized by Prague, Czech Republic, pp.828-837. Available online also at: [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com) [accessed in Bandung, West Java, Indonesia: December 7, 2018].
- Rusdiana, A. (2018). *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia. Tersedia secara online juga di: <http://digilib.uinsgd.ac.id/8783/1/Buku%20Kewirausahaan%20Teori%20dan%20Praktek.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 21 Januari 2019].
- Sajilan, S. & S. Tehseen. (2015). “Cultural Orientations, Entrepreneurial Competencies, and SMEs Business Success: The Contingent Roles of Environmental Turbulence and Network Competence” in *Rev. Integr. Bus. Econ. Res.*, Volume 4(2), pp.20-35.
- Sarwono, J. (2010). “Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM)” dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol.10, No.3 [September], hlm.173-182. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/98528-ID-none.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 27 Desember 2018].
- Setyadi, Sugeng et al. (2017). *Laporan Akhir: Kaji Terap Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Industri Kecil dan Menengah*. Banten: BAPPEDA [Badan Perencanaan Pembangunan Daerah] Provinsi Banten. Tersedia secara online juga di: <https://bappeda.bantenprov.go.id/lama/upload/PPID/KAJIAN> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 7 Desember 2018].
- Sihombing, E. & F. Ekyawan. (2016). “Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Lingkungan Bisnis terhadap Kesuksesan Wirausaha pada Usaha Kecil: Studi Kasus pada Usaha Ritel di Wilayah Jakarta Timur”. Tersedia secara online di: <http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-03/S46871-Sihombing,%20Elyasabeth> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 14 Desember 2018].
- Soei, Catharina Tan Lian, Ria Satyarini & Ivan Prasetya. (2015). “Identifikasi Key Success Factor pada Industri Clothing di Kota Bandung”. *Hasil Penelitian Tidak Diterbitkan*. Bandung: LPPM UNPAR [Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Katholik Parahyangan]. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/12715-ID-identifikasi-key-success-factor-pada-industri-clothing-di-kota-bandung.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 7 Desember 2018].
- Soheh, Achmad. (2019). “Perspektif Creative Hub & Potensi Ekraf Jawa Barat Terbesar di Indonesia” dalam *PasundanEkspres.Co*, pada 6 September. Tersedia secara online juga di: <https://pasundanekspress.co/2019/09/perspektif-creative-hub-potensi-ekraf-jawa-barat-terbesar-di-indonesia/> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 17 Oktober 2019].
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirman. (2014). “Pengembangan Kewirausahaan melalui Peningkatan Kinerja Karyawan” dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.XVII, No.1 [April], hlm.135-154.
- Suryanita, Andriani. (2006). “Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan terhadap Kapabilitas untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran: Studi Empirik pada Industri Pakaian Jadi di Kota Semarang”. *Tesis Magister Tidak Diterbitkan*. Semarang: Program Studi Magister Manajemen PPs UNDIP [Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro]. Tersedia secara online juga di: <https://core.ac.uk/download/pdf/11715400.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 21 Desember 2018].
- Utoyo, Sarip et al. (2017). *Profil Usaha/Perusahaan 16 Subsektor EKRAF Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016 (SE-2016)*. Jakarta: Penerbit BPS [Badan Pusat Statistik].
- Vidyatmoko, Dyan & A. Husni Yasin Rosadi. (2015). “Faktor Utama Kesuksesan Wirausaha di Industri Pangan” dalam *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol.14, No.1, hlm.47-65. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/117421-ID-faktor-utama-kesuksesan-wirausaha-di-ind.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 7 Desember 2018].
- Vijaya, C., D. Manjula & D. Mitrabindha. (2015). “Entrepreneurship Competencies and Competitive Advantage of Small and Medium Enterprises of Odisha: A Statistical Analysis” in *International Journal of Management*, Volume 6(1), pp.740-757.
- Walker, G. (2009). *Modern Competitive Strategy*. New York: McGraw-Hill International.

- Waluyo, Minto. (2010). *Manajemen Perusahaan Industri*. Sidoarjo: Penerbit Dian Samudra. Tersedia secara online juga di: <https://core.ac.uk/download/pdf/43007238.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 21 Desember 2018].
- Wheelen, T.L. & J.D. Hunger. (2010). *Strategic Management and Business Policy: Achieving Sustainability*. Princeton, NJ: Prentice-Hall International, twelve edition.
- Wilantara, Rio F. (2017). "Pengembangan Industri Kreatif Lintas Budaya pada SMEs di Kalangan Pemuda Indonesia dan Malaysia". Tersedia secara online di: <http://repository.unpas.ac.id/6121/1/Artikel%20rio2.pdf> [diakses di Bandung, Jawa Barat, Indonesia: 21 Desember 2018].
- Yahya, Arief. (2015). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2014*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Xiaoying, W. et al. (2017). "Organizational Capability: Skills Related to Organizational Knowledge" in *Journal of Integrated Design and Process Science*, Volume 21(1), pp.1-3.
- Zimmerer, T.W. & N.M. Scarborough. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat, Terjemahan, edisi ke-5.