

## **Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran pada Sentra Olahan Hasil Laut Kenjeran**

**Siti Aisah Luxviati**

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya,  
[sitiluxviati@mhs.unesa.ac.id](mailto:sitiluxviati@mhs.unesa.ac.id)

### **Abstrak**

Olahan hasil laut Kenjeran ada banyak pilihan seperti ikan asap, ikan kering, kerupuk dan aksesoris yang terbuat dari kerang. Pertumbuhan UKM di Surabaya cukup baik, dari fenomena tersebut semua elemen bisnis mengalami persaingan yang cukup ketat untuk mencuri hati para konsumen. Untuk memenangkan persaingan maka dalam memasarkan produk-produk dibutuhkan berbagai macam strategi untuk tetap dapat bersaing dengan kompetitor. Penelitian ini dilakukan pada pedagang olahan hasil laut Kenjeran yang berjualan di sentra ikan Bulak yang terletak di Jl. Cumpat Bulak No. 1 Surabaya. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *non-probability* berbentuk sampel jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 33 orang responden. Hasil penelitian menunjukkan  $H_1$  menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran,  $H_2$  menyatakan Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran dan  $H_3$  menyatakan inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh terhadap Kinerja pemasaran pada Sentra olahan Hasil laut Kenjeran. Dari hasil hitung koefisien determinasi menunjukkan bahwasannya kontribusi variabel bebas yaitu inovasi produk ( $X_1$ ) dan orientasi pasar ( $X_2$ ) terhadap kinerja pemasaran ( $Y$ ) sebesar 66.5% sedangkan 33.5% dipengaruhi oleh variabel lain. Saran untuk sentra olahan hasil laut Kenjeran adalah harus dapat terus meningkatkan kinerja pemasaran agar lebih maksimal, dan penambahan ide baru perlu diperhatikan sehingga mempermudah sentra olahan hasil laut Kenjeran dalam berinovasi.

**Kata Kunci** : Inovasi produk, Orientasi Pasar, Kinerja Pemasaran

### **Abstract**

*Processed seafood Kenjeran there are many choices such as smoked fish, dried fish, crackers and accessories made of shellfish. The growth of UKM in Surabaya is so good, from this phenomenon all elements of the business experience intense competition to steal the hearts of consumers. To win the competition, marketing various products requires a variety of strategies to remain competitive with competitors. This research was conducted at processed Kenjeran seafood traders who sell at the Bulak fish center located at Cumpat street no. 1 Surabaya. The method used for sampling is non-probability in the form of saturated samples with a total sample of 33 respondents. The results showed that  $H_1$  states market orientation influences marketing performance,  $H_2$  states market orientation influences marketing performance,  $H_3$  states product innovation and market orientation have an effect on marketing performance at the Kenjeran Marine Products Center. the results of the calculation of the coefficient of determination show that the contribution of the independent variable is product innovation ( $X_1$ ) and market orientation ( $X_2$ ) on marketing performance ( $Y$ ) of 66.5% and 33.5% is influenced by other variables. Suggestions for the center of processed seafood Kenjeran is to be able to continue to improve marketing performance so that more leverage, as well as the addition of ideas or new ideas need to be considered so as to facilitate the Kenjeran seafood processing center in innovating.*

**Keyword** :Product Innovation, Market Orientation, Marketing Performance.

### **PENDAHULUAN**

Destinasi pariwisata di Surabaya mampu mengundang kedatangan turis lokal maupun manca negara. Tempat wisata yang ada di kota Surabaya antara lain adalah belasan taman kota, Kebun binatang Surabaya, hutan mangrove dan pantai Kenjeran. Surabaya merupakan kota yang terletak di wilayah pesisir pantai utara pulau Jawa. Di kawasan penduduk kampung Sukolilo banyak sekali warga yang menjadi produsen hasil laut Kenjeran. Salah satu sentra yang ada di kota Surabaya adalah sentra olahan hasil laut Kenjeran yang berada di dekat

pantai Kenjeran dan biasa disebut dengan nama sentra ikan Bulak (SIB). SIB ini dibangun untuk dapat memberikan wadah yang layak, sehat dan modern bagi pedagang sentra olahan hasil laut Kenjeran. Sentra ini berlokasi di jalan Cumpat Bulak nomor 01 Surabaya. Sentra ini berfungsi sebagai destinasi utama untuk belanja oleh-oleh hasil olahan laut Kenjeran. Olahan hasil laut ini terdiri dari beberapa jenis, mulai dari ikan asap, kerupuk ikan sampai dengan aksesoris yang berbahan dasar kerang.

Surabaya menjadi salah satu kota dengan pertumbuhan UKM yang baik. Merujuk hasil survey ekonomi sosial nasional (SUSENAS), pada tahun 2008 UKM di Surabaya berjumlah 4,2 juta. Jumlah itu terus meningkat menjadi 6,8 juta pada tahun 2012 dan naik lagi menjadi 9,59 juta pada 2016. Pertumbuhan UKM tersebut juga diikuti kesadaran creator lokal untuk memanfaatkan platform online sebagai sarana pengembangan bisnisnya. Contohnya sejak 2017-2018, salah satu platform ternama mengalami peningkatan jumlah merchant dari Surabaya lebih dari 100 persen. Menyadari besarnya peluang UKM, untuk itu marketfest berkomitmen menjadi wadah bagi para UKM untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki. (Trubus.id)

Semua elemen bisnis, entah itu yang besar maupun kecil akan mengalami persaingan dan dapat dinilai keunggulan bersaingnya dari aktivitas perusahaan seperti produksi, pemasaran, pengembangan dan banyak hal lain yang dilakukan. Untuk dapat bersaing dengan pesaing maka perusahaan harus memiliki strategi khusus untuk dapat menarik minat pelanggan. Maka dari itu ada dua strategi yang pada dasarnya penting diterapkan oleh perusahaan yaitu inovasi produk dan orientasi pasar olahan hasil laut Sukolilo. Kinerja pemasaran dari sentra olahan hasil laut Kenjeran umumnya masih menggunakan metode yang cukup sederhana sehingga pangsa pasarnya terbatas. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran tersebut salah satunya dapat dilakukan dengan cara melakukan inovasi produk. Ahmed dan Shepherd (2010) suatu proses untuk dapat mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan produk sebelumnya dan mereliasasikan secara nyata, dimana inovasi produk merupakan generasi pembenahan, pengelolaan dan konsep baru dengan cara menggunakan terobosan baru dan tidak sama dengan sebelumnya dan teknologi untuk dapat meningkatkan nilai dari suatu produk. Inovasi produk merupakan produk merupakan produk yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap orientasi pasar, dan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. (Djojjobo, 2014). Inovasi produk menjadi unsur penting dalam bertahan. Jika UKM mampu berinovasi dalam produknya berarti industri tersebut mampu merespon lingkungan dan mampu mengembangkan kemampuan baru yang menyebabkan kinerja pemasaran meningkat.

**$H_1$  : Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran di Sentra olahan Hasil laut Kenjeran.**

Orientasi pasar harus diterapkan guna untuk dapat membawa peningkatan bagi perusahaan, dikarenakan orientasi pasar merupakan suatu proses aktivitas yang berhubungan dengan pelanggan dengan cara terus melakukan pencarian keinginan pelanggan. Perusahaan atau pengusaha yang hanya fokus dibutuhkan eksternal. Keinginan pasar dan permintaan pasar cenderung akan menjadikan budaya orientasi sebagai kebutuhan pokok yang tidak boleh ditinggalkan bahkan dikesampingkan. Orientasi pasar dinilai sebagai kebudayaan suatu kelompok yang cukup tepat guna untuk dapat mewujudkan nilai tambah bagi para konsumen serta dapat mewujudkan performa perusahaan yang baik. Didalam persaingan yang cukup ketat ini maka diperlukan suatu inovasi produk yang bertujuan untuk dapat memuaskan keinginan pelanggan agar mampu bersaing dengan kompetitor. Maka dari itu inovasi produk harus benar-benar direncanakan dengan matang dan tersuktur dengan baik.

**$H_2$  : Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran di sentra olahan hasil laut Kenjeran.**

Dapat dilihat pada era sekarang ini, persaingan yang ketat tidak hanya dirasakan oleh perusahaan yang besar saja, perusahaan menengah seperti UMKM yang sedang dikembangkan juga mengalami persaingan yang cukup ketat. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri olahan hasil laut Sukolilo harus tetap didukung sehingga dapat melakukan orientasi pasar yang kiat terutama terhadap produk-produk luar negeri yang konsep pemasarannya sangatlah kuat.

Selain perusahaan berorientasi pada profit, perusahaan juga harus dapat terus berkembang untuk dapat memaksimalkan kinerja pemasaran. Penerapan dari tujuan untuk selalu mengembangkan perusahaan adalah untuk menaikkan volume penjualan. Volume penjualan merupakan tingkat penjualan yang didapat perusahaan untuk beberapa periode tertentu dalam suatu satuan (Ervin Reynaldi, 2013), Tingkatan dari penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif merupakan definisi dari volume penjualan. Dalam kegiatan pemasaran tidak berpacu pada volume penjualan dikarenakan kenaikan volume belum tentu mempengaruhi kenaikan laba yang diperoleh perusahaan, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwasannya volume penjualan merupakan jumlah dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam suatu ukuran waktu tertentu.

Keberhasilan investasi pada masa yang lampau yang dapat digunakan untuk dapat memprediksi pertumbuhan di masa yang akan datang dinamakan sebagai pertumbuhan penjualan. (Barton.

2015).Pertumbuhan penjualan adalah indikator dari permintaan daya saing perusahaan dalam suatu perusahaan, laju pertumbuhan suatu perusahaan akan dapat mempengaruhi kemampuan untuk dapat mempertahankan profit dalam mengingat kesempatan pada masa yang akan datang.Peneliti tidak menggunakan pertumbuhan keuntungan sebagai indikator dikarenakan dalam penelitian ini tidak meneliti tentang keuangan perusahaan.

Selanjutnya pada penelitian ini akan dapat menjadikan inovasi produk dan orientasi pasar sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing kaitnya dengan peningkatan kinerja pemasaran produk olahan hasil laut Sukolilo. Untuk dapat menciptakan orientasi pasar yang baik maka perusahaan harus memiliki kekuatan untuk tetap bisa bersaing.Dari permasalahan tersebut mendorong penulis untuk meneliti dan mendalami lebih lanjut tentang fenomena yang terjadi di Sentra Olahan hasil laut Kenjeran, yang menjadi pusat olahan Hasil Laut yang ada di Kota besar, Kota yang menjadi pertimbangan bagi turis lokal maupun asing untuk tempat destinasi wisata. Selain itu, menurut pengamatan peneliti belum ada yang melakukan penelitian mengenai inovasi produk, orientasi pasar dan kinerja pemasaran di Sentra Olahan Hasil Laut Kenjeran.

**$H_3$  : Inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran di sentra olahan hasil laut Kenjeran.**

## METODE PENELITIAN

Jumlah populasi terdiri dari 33 pedagang olahan hasil laut Kenjeran di Sentra Ikan Bulak Kenjeran Peneliti memutuskan mengambil semua populasi menjadi sampel untuk membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.Populasi dalam penelitian ini berjumlah 33 Pedagang olahan hasil laut Kenjeran.

**Tabel 1 Populasi Penelitian**

Jenis Pedagang	Jumlah
Krupuk dan Ikan kering	11
Ikan asap	9
Kerajinan Kerang	3
Jumlah	33

(Sumber: Diolah Peneliti, 2019)

Regresi linier berganda digunakan untuk mengolah data, dengan bantuan software SPSS23. Instrumen pengumpulan data menggunakan angket dengan skala Likert, dengan kriteria skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju sampai dengan skor 5 untuk jawaban sangat setuju, yang disebarkan secara

langsung ke pedagang sentra olahan hasil laut Kenjeran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Uji multikolonieritas pada penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolonieritas**

Model	Collinierity Statistics	
	Tollinierity	VIF
X1	0,999	1,001
X2	0,999	1,001

(Sumber: Diolah Peneliti, 2019)

Berdasarkan tabel tersebut pada hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan semua variabel memiliki nilai kurang dari 0.1. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi karena pada variabel inovasi produk ( $X_1$ ) dan Orientasi Pasar ( $X_2$ ) mempunyai nilai tolerance sebesar  $0,999 > 0,1$  dan nilai VIF sebesar  $1,001 < 10$ . Uji heterokedastisitas menunjukkan dengan nilai signifikasi lebih besar dari 0,05 atau 5%. Ditunjukkan dengan tabel berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model	Sig
X <sub>1</sub>	0,495
X <sub>2</sub>	0,761

(Sumber: Diolah Peneliti, 2019)

Untuk uji Normalitas menunjukkan data berdistribusi normal.Hal tersebut ditunjukkan dengan data yang menebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda:

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas**

Model	Unstandardized coefficients Beta	T	Sig
X <sub>1</sub>	0,076	3,686	0,001
X <sub>2</sub>	0,249	7,332	0,000

(Sumber: Diolah Peneliti, 2019)

Dari Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel inovasi produk ( $X_1$ ) sebesar 0,076 yang menunjukkan ada hubungan searah dengan kinerja pemasaran (Y) yang berarti apabila inovasi produk mengalami peningkatan kinerja pemasaran sebesar 0.076.dengan kata lain, kinerja pemasaran pada pedagang sentra olahan hasil laut Kenjeran akan meningkat ketiks inovasi produk juga meningkat. Untuk nilai koefisien orientasi pasar ( $X_2$ ) sebesar 0,249 yang menunjukkan adanya hubungan searah dengan kinerja pemasaran (Y) yang berarti memiliki aktivitas kinerja pemasaran.Apabila

orientasi pasara mengalami peningkatan maka mengakibatkan peningkatan kinerja pemasaran sebesar 0,249. Artinya kinerja pemasaran pada sentra olahan hasil laut Kenjeran juga akan meningkat.

Inovasi produk berhubungan secara positif signifikan yang artinya jika inovasi produk dan orientasi pasar juga akan naik, begitu juga sebaliknya. Inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang diantaranya menambah variasi produk dan tampilan dari produk. Di Sentra olahan hasil laut selalu mengikuti selera konsumen agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang berkunjung. Karena dengan adanya inovasi produk akan memancing rasa penasaran dengan produk yang dihasilkan sehingga dalam pencetusan inovasi produk berdampak pada kinerja pemasaran pada sentra olahan hasil laut Kenjeran. Secara Keseluruhan inovasi produk memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran sentra olahan hasil laut Kenjeran. Inovasi produk pada sentra industri olahan hasil laut Kenjeran sangat berpengaruh pada Kinerja pemasaran sentra olahan hasil laut Kenjeran.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang cukup signifikan dari orientasi pasar dengan kinerja pemasaran, karena dengan mengetahui kebutuhan pesaing maka perusahaan dapat merencanakan tindakan yang harus diambil untuk jangka ke depan agar tidak kalah dengan pesaing. Dengan adanya orientasi pasar maka sentra olahan hasil laut Kenjeran juga dapat mengetahui posisi pasar mereka dalam ruang lingkup tertentu. Dengan orientasi pasar sentra olahan hasil laut kenjeran juga dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga dengan adanya pemenuhan tersebut sentra olahan hasil laut Kenjeran juga akan bisa melakukan kinerja pemasaran dengan baik yang dibuktikan dengan jumlah volume penjualan dan pertumbuhan penjualan yang terus meningkat.

Dari hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	Adjusted R Square
1	0,665

(Sumber: Diolah Peneliti, 2019)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,665. Hal ini menunjukkan bahwasannya kontribusi variabel bebas yaitu inovasi produk ( $X_1$ ) dan orientasi pasar ( $X_2$ ) terhadap kinerja pemasaran ( $Y$ ) sebesar 66.5% sedangkan sisanya sebesar 33.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel ini. Berikut adalah hasil dari uji parsial (uji t):

**Tabel 6 Hasil Uji t**

Model	T	Sig.
$X_1$	3,686	0,001
$X_2$	7,332	0,000

(Sumber: Diolah Peneliti, 2019)

Berasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel inovasi produk ( $X_1$ ) sebesar 3,686 dengan nilai signifikansi  $0.001 < 0,05$  atau 5% yang artinya variabel inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pemasaran ( $Y$ ). Untuk hasil t hitung dari variabel orientasi pasar menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kinerja pemasaran ( $Y$ ). Hal tersebut dapat dilihat dari t hitung variabel orientasi pasar ( $X_2$ ) sebesar 7,332 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$  atau 5%.

Para pedagang di sentra olahan ikan Kenjeran selalu mengutamakan kebutuhan produk dari konsumen, agar konsumen tertarik untuk menjadi pembeli dan pelanggan. Pedagang biasanya mengamati produk yang seperti apa yang dibutuhkan oleh pelanggan agar bisa menyediakan stok, kualitas dari mutu produk tersebut agar dapat memuaskan konsumen. Selain mengidentifikasi apa produk yang diminati konsumen, para pedagang juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dengan cara bersikap ramah dan selalu menawarkan untuk mencicipi produk yang dijual agar konsumen dapat merasakan langsung rasa dari produk yang dijual. Kunjungan ke sentra olahan laut diluar kota juga pernah dilakukan oleh beberapa pedagang untuk dapat mengetahui produk apa saja yang dijual dan bagaimana cara mengemasnya. Selain itu, para pedagang juga terus menambah macam produk yang dijual seperti pelengkap untuk dapat menikmati produknya. Salah satu contoh pelayanan yang menarik di sentra ikan ini saat pedagang ingin membeli ikan asap dan langsung ingin diolah dan dimakan sesuai selera juga bisa, contohnya pedagang membeli ikan di lantai dasar dan dibawa ke lantai atas untuk mengolah ikannya sesuai selera, jadi ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Selain itu pelayanan yang diberikan yaitu sentra ikan ini terletak di depan taman Surabaya yang baru saja diresmikan tahun ini oleh pemerintah kota Surabaya yang berdekatan dengan pantai dan ada simbol icon Surabaya yang cukup besar, jadi pengunjung dapat menikmati pemandangan dilantai atas sentra ikan tersebut. Selain pemandangan dari lantai atas yang menarik, di sentra ikan ini juga ada *live music* di hari-hari tertentu untuk menarik perhatian pengunjung.

Dari hasil uji Simultan yang diperoleh menunjukkan F hitung 32,707 didukung dengan

tingkat signfikasi sebesar  $0,000 < 0.005$  atau 5%.Denga demikian inovasi produk ( $X_1$ ) dan Orientasi Pasar ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran sentra olahan hasil laut Kenjeran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan orientasi pasar bersama-sama mempengaruhi kinerja pemasaran sentra olahan hasil laut Kenjeran.Suatu produk harus dibuat dan didesain secara kreatif dan inovatif dimana harus memperhatikan aspek-aspek pendukung lainnya yang menunjang nilai produk tersebut.Selain itu orientasi pasar juga harus dilakukan agar perusahaan mengetahui kondisi pasar dan kebutuhan konsumen.Hubungan dengan pelanggan juga perlu diperhatikan agar kedepannya dapat memperoleh masukan dari pelanggan serta membuat inovasi sesuai dengan keinginan konsumen.Secara keseluruhan kinerja pemasaran sentra olahan hasil laut Kenjeran dipengaruhi oleh inovasi produk dan orientasi pasar, hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh dan diolah oleh penulis.

Pedagang olahan hasil laut Kenjeran juga selalu menerapkan pelayanan yang baik kepada konsumen agar dapat memuaskan dan menjalin hubungan dekat dengan konsumen. Selain itu juga dapat mengidentifikasi produk seperti apa yang disukai oleh pelanggan. Dengan mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, pedagang juga dapat menciptakan produk inovatif yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan.Pedagang olahan hasil laut Kenjeran selalu menjaga kualitas agar dapat memuaskan konsumen, yang bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk menjadi pelanggan tetap.Dengan adanya pemahaman kebutuhan konsumen maka pedagang dapat menciptakan lini produk baru yang sesuai sehingga konsumen dapat membeli dan terus menambah jumlah konsumen.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan analisis data pada bab IV dapat disimpulkan bahwa, Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran sentra olahan hasil laut Kenjeran Surabaya.Orientasi pasar berpengaruh terhadap Kinerja pemasaran sentra olahan hasil laut kenjeran Surabaya.Inovasi produk dan Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran sentra olahan hasil laut Kenjeran Surabaya.

### **Saran**

Untuk meningkatkan kinerja pemasaran agar lebih maksimal, sentra olahan hasil laut Kenjeran harus terus menambah lini produk baru dan bersikap

ramah terhadap konsumen agar dapat meningkatkan kinerja pemasaran terhadap sentra olahan hasil laut Kenjeran.Sebaiknya para pedagang di sentra olahan hasil laut Kenjeran lebih memtuhi tata tertib yang berlaku agar menciptakan suasana yang kondusif sehingga menimbulkan kenyamanan bagi pengunjung.Sebaiknya para pedahang di sentra olahan hasil laut Kenjeran juga mengamati kondisi dan cara kerja di sentra olahan hasil laut yang lain untuk dapat terus melakukan perbaikan dan dapat memjukan perekonomian warga sekitar sentra olahan hasil laut Kenjeran.

### **Daftar Pustaka**

- Ahmad, Pervais K, dan Shepherd, Charles D. 2010."innovation management".Pearson. Education, Inc.,New Jersey.
- Barton, L. 2015, *Crisis in Organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*. South-western publishing Company, Cincinanti, OH.  
<https://criv.pw/xebpxu49z.pdf>
- Djodjobo.,H.N. Trawas. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan. Jurnal Emba, Vol.2 No.3.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5800/5333>
- Ervin, Reynaldi. 2013. Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Salama Nusantara, Kulon Progo. Dokumen Karya ilmiah.  
<http://eprints.uny.ac.id/17154/1/TUGAS%20AKHIR.pdf>
- Syahroni, 2019, Pelaku UMKM Surabaya yang sudah kantong HKI dibawah 10 persen.  
<https://preneur.trubus.id/baca/29073/pelaku-umkm-surabaya-yang-sudah-kantungi-hki-masih-di-bawah-10-persen>