P-ISSN : 2252-844X
E-ISSN : 2615-1316
JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.13, NO.2, NOVEMBER 2024

Keunggulan Kompetitif Pada Usaha Kecil Orang Asli Papua di Kota Jayapura

John Agustinus [1*], Wa Ariadi[2*]
[1*2*)] Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Port Numbay Jayapura
Alamat Jalan Beringin Entrop Jayapura, Kode Pos. 99224
***Email**: jagustinus@gmail.com*

ABSTRAK

Analisis keunggulan kompetitif memiliki tujuan yaitu menganalisis variabel budaya serta kapabilitas dengan strategi keunggulan kompetitif usaha kecil orang asli Papua yang ada di Kota Jayapura. Dengan pendekatan penelitian adalah metode kuantitatif penelitian. Jangka waktu penelitian digunakan *cross section* dan lokasi penelitian melibatkan pelaku usaha kecil yang beraktifitas pada bisnis jasa dan dikelola serta dimiliki oleh orang asli Papua yang berdomisili di Kota Jayapura, subyek penelitian adalah para usaha kecil orang asli Papua di Kota Jayapura. Pengambilan sampel pada penelitian menggunakan teknik sampling non probabilitas, jumlah sampel sesuai dengan prosedur *Structural Equation Modeling*, dan dilakukan pengamatan intensif pada kuisioner dan sesuai dengan sampel yang valid pada penelitian ini diperoleh jumlah sampel 114 orang responden. Sesuai karakteristik usaha kecil orang asli papua yang berada di Kota Jayapura. Setelah Pada penelitian ini diperoleh juga data-data kualitatif dari informan dimana informan tersebut merupakan pimpinan usaha kecil orang asli Papua, dan informan tersebut merupakan pelaku usaha kecil yang sangat berhasil dan sudah menjalankan usaha kecil atau bisnis kecil kurang lebih lima tahun keatas. Pembahasan pada penelitian ini dapat membuktikan budaya orang asli Papua memiliki keterkaitan yang erat terhadap peningkatan kapabilitas usaha kecil orang asli Papua. Serta mampu meningkatan keunggulan kompetitif berkelanjutan usaha kecil orang asli Papua dan didukung juga melalui pembahasan kualitatif yang mendukung hasil pembahasan kuantitatif.

Kata kunci: Budaya, kapabilitas, keunggulan kompetitif berkelanjutan.

ABSTRACT

The competitive advantage assessment aims to analyze cultural variables and capabilities with the competitive advantage strategy of indigenous Papuan small businesses in Jayapura City. This research category is a survey study. With a research approach is a quantitative method of research. The research period was used cross sectional and the location of the study involved small business actors who were active in services businesses and managed and owned by indigenous Papuans domiciled in Jayapura City, the subjects of the study were small businesses of indigenous Papuans in Jayapura City. Sampling in the study using nonprobability sampling techniques, the number of samples in accordance with the Structural Equation Modeling procedure. According to the characteristics of small businesses of indigenous Papuans in Jayapura City. After conducting intensive observations on the questionnaire, and adjusted to samples that are really valid for analysis in this research, 114 respondents' answer sheets were obtained. In this research, qualitative data was also obtained from informants where the informants were leaders of small businesses of indigenous Papuans, and the informants were

very successful small business actors and had run small businesses or small businesses for approximately five years and above. The discussion in this research can prove that indigenous Papuan culture has a close relationship to improving the capabilities of indigenous Papuan small businesses. As well as being able to increase the sustainable competitive advantage of indigenous Papuan small businesses and also supported through qualitative discussions that support the results of quantitative discussions.

Keyword: *Culture, resources, capabilities, core competencies, entrepreneurial strategies, sustainable competitive advantage.*

PENDAHULUAN

Manajemen pengusaha sangat memperhatikan dan mengutamakan keberlajutan dari usahanya melalui strategi keunggulan kompetitif, sebagaimana yang telas disampaikan dalam berbagai pendekatan khususnya pendekatan yang disebut *resource-based theory of the firm* (Amit & Schoemaker, 1993).

Pendekatan *Resource-Based Theory Of Firm* merupakan salah satu metode pendekatan yang dapat digunakan untuk menciptakan daya saing yang unggul dan berkelanjutan pada pengusaha melalui kemampuan dan sumber daya yang dimiliki pengusaha dengan ciri khusus dan merupakan ciri khas pengusaha itu sendiri yang terintegrasi untuk mewujudkan tujuan serta visi dan misi pengusaha (HITT, 2002). Konsep tersebut sejalan dengan hasil kajian Ferdinand (2003:20) yang menyimpulkan bahwa sumber daya dengan kapabilitas pengusaha merupakan aset strategik yang dapat dijadikan dasar untuk menetapkan daya saing serta keunggulan pada pengusaha.

Hasil penelitian empiris membuktikan bahwa, ketrampilan yang unggul dan sumberdaya yang unggul merupakan sumber dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada pengusaha, antara lain oleh Amit and Schoemaker (1993), Barney (1991), Day and Wensley (1988), Ferdinand (1999). Selanjutnya Hotman (2000) mengungkapkan bahwa dengan menggabungkan ketrampilan dan sumberdaya dengan metode yang unik serta bertahan lama dapat meningkatkan keberhasilan pengusaha melalui keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Wright (1995) menyampaikan bahwa tidak jumlah yang terkait dari sumberdaya dan kapabilitas adalah input yang dapat menjadikan pengusaha unggul dan bersaing secara kompetitif apa lagi berkelanjutan, namun keunggulan dapat di raih dengan melakukan kombinasi yang menarik dan unik sebagai fokus utama yang dijadikan strategik pencapaian. Hasil proses transform kombinasi unik antara sumberdaya dan kapabilitas dengan kriteria keunggulan yang berdaya tahan adalah Kesesuaian antara sumberdaya dan kapabilitas. Kombinasi unik sumberdaya yang khas dan kapabilitas yang khas merupakan kompetensi inti

yang berbasis kekhasan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh pengusaha, serta berperan sebagai sumber keunggulan bersaing pada pengusaha, melebihi para pesaingnya.

Kombinasi tersebut menjadi kompetensi inti strategik, adalah merupakan kondisi dimana apa yang dikerjakan pengusaha dengan strategi yang bernilai. Esensi Kemampuan dasar tersebut adalah kapasitas unik yang dimiliki organisasi untuk ditawarkan kepada pelanggannya (Kuncoro, 2020). Secara teknis kemampuan utama dapat mempunyai daya saiang strategis sehingga berkontribusi pada peningkatan nilai, dimana sumber daya kapasitas dapat memenuhi kriteria sebagai pembentuk kompetensi utama strategik atau strategik kapabilitas. Kriteria yang dimaksud tersebut diantaranya: (1) berharga, (2) terbatas, (3) mahal untuk ditiru, (4) tidak ada produk pengganti (HITT, 2002). Pemenuhan kriteria tersebut mengindikasikan kompetensi inti yang dimiliki oleh pengusaha, merupakan kompetensi inti strategik, serta merupakan aktivitas-aktivitas yang dilakukan pengusaha dengan sangat baik, unik dan istimewa. Sumberdaya dan kapabilitas yang tidak memiliki atau memenuhi kriteria tersebut diatas, dapat dikatakan sumberdaya dan kapabilitas yang tidak strategis (Kuncoro, 2020).

Penelitian ini menguji penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amit and Schoemaker (1993), Barney (1991), Day and Wensley (1988), Ferdinand (1999). Menguji variabel-variabel ketrampilan yang unggul dan sumberdaya yang unggul merupakan sumber dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada usaha kecil dan penelitian ini dilakukan kepada para pelaku usaha kecil yang ada di Kota Jayapura. Penelitian ini mengkaji pelaku usaha kecil dan menengah secara khusus kepada pelaku usaha orang asli Papua yang berdomisili di Kota Jayapura.

Kompetensi inti kapabilitas strategi yang dimiliki oleh pelaku usaha kecil yang ada di Kota Jayapura, merupakan suatu proses kombinasi unik dengan suatu pendekatan rasional, melalui implementasi secara terintegrasi untuk mendayagunakan sumberdaya yang menjadi kompetensi inti strategik yang dimiliki pelaku usaha orang asli Papua. Kajian teoriti dan empiris terdahulu menyatakan justifikasi secara umum bahwa, variable-variabel dalam kompetensi inti strategik yang merupakan perwujudan variabel konsep *resource-based*, memberikan nilai kontribusi positif dengan menfokuskan pada lingkungan internal sumberdaya internal. Kapabilitas dan sumberdaya utama dimiliki oleh pengusaha merupakan aset yang berpotensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing berkelanjutan.

Pengusaha skala besar dengan usaha kecil wajib menganut konsep *resource-based* dijustifikasi sebagai suatu konsep dasar untuk menghasilkan keunggulan bersaing berkelanjutan. Perbedaan beragam serta pandangan yang menyebabkan arah dari kajian

empiris dalam pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pandangan tersebut berdasar pada karakteristik komposisi kapabilitas dan sumberdaya yang menyampaikan kecenderungan posisi sumberdaya internal yang relatif tidak mutlak sebagai sumber pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Sadri and Lees menyampaikan bahwa Kombinasi sumberdaya dan kapabilitas sebagai sumber keungulan bersaing adalah sebuah ketidakpatian konsep *resource-based theory*, yang belum teruji konteks lingkungan sosial dan budaya sehingga perlu dipertimbangkan (Sadri & Lees, 2001). Kontroversi pendapat dari Sadri and Lees (2001) terkait konsep *resource-based theory view of the firm* secara Umum merupakan sumber pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan yang didukung dengan teori kontingensi serta fakta bahwa organisasi merupakan sistem terbuka yang dipandang berdasarkan lingkungan eksternal ekonomi, informasi dan sosial budaya akan mempengaruhi organisasi (Lawrence and Lorch, 1967; Thompson, 1967; dalam Gardiner, 2000). Pendapat yang sangat penting terkait bagaimana suatu pengusaha meningkatkan serta memanfaatkan sumber daya yang dimikilinya bukan terkait dengan seberapa besar sumberdaya dan kapabilitas yang dimiliki oleh sebuah pengusaha, kapabilitas serta proses yang dinamis, sehingga sumberdaya dan kapabilitas dapat berkontribusi baik (Wright, 1995).

Perbedaan pandangan dari berbagai peneliti menimbulkan berbagai pertanyaan yang subtansial mengenai hubungan konsep *resource-based theory view of the firm* yang menjadi dasar terwujudnya keunggulan kompetitif berkelanjutan pada dunia usaha. Fakta dalam situasi ekonomi di Indonesia secara kecil membuktikan bahwa UMKM adalah pelaku ekonomi dasar yang lahir dari komponen masyarakat dari kalangan kecil dan menegah keatas sehingga strategis untuk dikembangkan.

Data ekonomi berdasarkan jumlah pengusaha untuk usaha mikro kecil ditinjau dari sisi unit usaha menunjukkan tahun 2022 sebesar 99% dimana output Indonesia untuk total unit usaha dan produk usaha mikro kecil berkontribusi sebesar 34%, dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 86% dengan perbandingan 2 ; 3. Sedangkan untuk unit usaha industri besar dan menegah keatas unit usahanya mencapai 0,85% dan menyerap 15% tenaga kerja dengan perbandingan 20 tegana kerja unit usaha skala menengah, dan 127 tenaga perunit usaha untuk usaha skala besar (Kuncoro, 2020).

Usaha kecil memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, publikasi *The Global Competitiveness Report* yang diterbitkan oleh *World Economic Forum* pada tahun 2022 menunjukkan tingkat daya saing Indonesia dalam persaingan global tidak selaras dengan tingkat daya saing. Berdasarkan *Growth Competitiveness Index* tahun 2022 peringkat daya

saing Indonesia ada di urutan ke–59 dari 134 negara. (KADIN, 2022) menyampaikan bahwa Prestasi Indonesia di 2022 tersebut relatif tidak mengalami kemajuan dibandingkan prestasi tahun 2023 yang berada di urutan 64 dari 131 negara

Berdasarkan Gap Penelitian yang telah dikemukakan diatas maka, dilakukan Penelitian terkait keunggulan bersaing berkelanjutan usaha kecil, dengan tema Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan pada Usaha kecil pada orang asli Papua yang ada di Kota Jayapura.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan sektor penting karena perannya yang riel pada perekonomian, mulai dari sharenya dalam pembentukan PDB sekitar 65 %, kemampuanya menyerap tenaga kerja sebesar 99%, atau sangat besarnya unit usaha yang ada, hingga pada sharenya yang cukup signifikan dalam jumlah ekspor total, mencapai 19% (Marsuki, 2006). Produksi Indonesia sebanyak 59% didukung oleh usaha mikro, kecil dan menengah (Pramiyanti, 2008).

Pengertian dari usaha kecil di Indonesia sangat bervariasi menyebabkan beberapa instansi yang sering berhubungan langsung merumuskan pengertian usaha kecil sesuai tupoksi yang dijalankan masing-masing. Keseluruhan instansi pemerintah tersebut merumuskan pengertian usaha kecil dengan menggunakan pendekatan finansial. Bank Indonesia dan Departemen perindustrian melalui Surat Keputusan Mentri Perindustrian N0. 286/M/SK/10/1989 menyampaikan bahwa usaha kecil merupakan kegiatan usaha berdasarkan pada nilai aset yang dimiliki oleh usaha ini. Menurut kedua instansi ini, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan) bernilai kurang dari Rp.750 juta.

b. Kecil

Rupitasari (2004) menyampaikan pandangannya terkait kecil dimana seringkali dimaknai bahwa seseorang yang baru memulai bisnisnya, dengan skala kecil dan merupakan milik pribadi. Hisrich et al., (2008) menyatakan bahwa kecil adalah proses penciptaan sesuatu yang baru serta pengambilan resiko dan imbal hasil.

Pelaku usaha kecil dan mikro merupakan suatu tindakan kreatif mulai dari menciptakan ide dan mewujudkannya menjadi nilai dari sesuatu yang praktis tidak ada, memanfaatkan peluang sesuai sumberdaya yang dimiliki atau penggunaan sumberdaya terbatas, perhitungan yang tepat terkait pengambilan resiko dakam pelaksanaan Tunggal

(2004). Selanjutnya juga disampaikan bahwa kecil adalah dibutuhkan komitmen dan pengorbanan dengan memerlukan visi, untuk mencapai visi tersebut.

Kecil adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumberdaya untuk mencari peluang menuju sukses (Suryana & Si, 2006). Drucker (1959) dalam Suryana (2006:2) menyampaikan bahwa kecil merupakan kemampuan dalam berpikir kreatif dengan tindakan yang inofatif untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda demi tercapainya peluang usaha. Ciri dari orang-orang yang memiliki jiwa, sikap dan perilaku kecil melaui proses kreatif dan inovatif adalah:

1. Sangat percaya diri.
2. Menpunyai inisiatif.
3. Mempunyai motif berprestasi.
4. Berjiwa kepemimpinan.
5. Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan.

Jiwa dan watak kecil tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, atau kompetensi.

c. Keunggulan kompetitif

Sebuah pengusaha yang mampu bertahan harus memiliki daya saing. Daya saing adalah kemampuan sebuah pengusaha untuk menang secara konsisten dalam jangka panjang pada situasi persaingan (Hasanudin, 2006). Selanjutnya dikemukakan bahwa, daya saing diciptakan melalui pencapaian dari empat hal, yaitu melakukan sesuatu lebih baik daripada yang dilakukan orang/pihak lain, melakukan sesuatu yang sulit ditiru orang lain, melakukan sesuatu yang bernilai pada konsumen, melakukan sesuatu yang sulit untuk digantikan, dan melakukan sesuatu yang memiliki marjin biaya-manfaat lebih tinggi dari rata-rata industri.

Flynn menyatakan bahwa keunggulan sebuah pengusaha adalah cara dimana pengusaha menciptakan nilai pada pelanggannya (Flynn et al., 1995). Hayes and Wheelwright mengungkapkan, bahwa ada lima dasar keunggulan bersaing dari pengusaha manufaktur, yaitu: (a) biaya rendah, (b) kualitas tinggi, (c) keandalan atau pertanggungjawaban, (d) fleksibilitas, dan (e) kreativitas atau inovasi (Hayes & Pisano, 1996). Suryana menyatakan bahwa keunggulan pengusaha kecil ternyata diciptakan melalui kapabilitas sumberdaya internal yang mengarah pada skill khusus yang bisa menciptakan core product yang unggul dan mampu memperbesar manufacturing share (Suryana & Si, 2006). Pengusaha kecil/usaha mikro yang memiliki kapabilitas untuk

mengintegrasikan ide baru, ketrampilan, dan pengetahauan yang mendorong berpikir kreatif dalam menggunakan *financial resources, physical resources, human resources, technological resources*, dan *reputation organization resources* adalah kemampuan kecil. Daya hidup pengusaha kecil/mikro sangat tergantung pada *building core competency*, kepribadian pengusaha yang memiliki kepercayaan diri, orientasi tugas dan hasil, prespektif masa ke depan, kepemimpinan, keorisinilan dan keberanian menghadapi resiko.

Keunggulan bersaing adalah sesuatu yang dicari oleh setiap pengusaha bahkan setiap produk dalam pasar yang dimasukinya. Porter menjelaskan bahwa keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah pengusaha pada pembelinya yang melebihi biaya pengusaha yang menciptakannya. Sumber pada pengembangan keunggulan bersaing adalah kompetensi inti yang dimiliki oleh pengusaha (Porter, 2008). Pencapaian keunggulan bersaing yang paling efektif adalah dengan menggunakan kompetensi atau kapabilitas pengusaha (Lado & Wilson, 1994).

Pengusaha dikatakan mempunyai keunggulan kompetitif jika mempunyai kelebihan dari pesaing-pesaingnya untuk menarik pelanggan dan dapat mempertahankan diri dari tekanan-tekanan kompetitif di pasar (Jogiyanto, 2005). Dari konsep teoritis tersebut inti keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh pengusaha harus mengandung kelebihan dari pesaing dan dapat bertahan dari tekanan kompetitif pasar. David menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat didefenisikan sebagai “segala sesuatu yang dilakukan dengan baik dibandingkan dengan pesaingnya.” Ketika sebuah pengusaha dapat melakukan sesuatu dan pengusaha lain tidak dapat, hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif (David, 2011). Keunggulan kompetitif dapat diperoleh dari posisi pengusaha yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya di pasar dan ini tergantung dari strategi-strategi yang diterapkan oleh pengusaha (Jogiyanto, 2005)

Keunggulan kompetitif adalah posisi unik yang dikembangkan pengusaha dalam menghadapi pesaing, sehingga dimungkinkan pengusaha dapat mengungguli pesaing secara konsisten. Menurut Vibriwati menyatakan bahwa tujuan pengusaha seharusnya tidak hanya sampai pada keunggulan kompetitif saja tetapi, keunggulan kompetitif tersebut sifatnya berkelanjutan atau tidak hanya sementara sehingga dikatakan pengusaha memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Vibriwati, 2012). Menurut (Porter, 2008) saat sebuah pengusaha telah mencapai sebuah keunggulan kompetitif secara

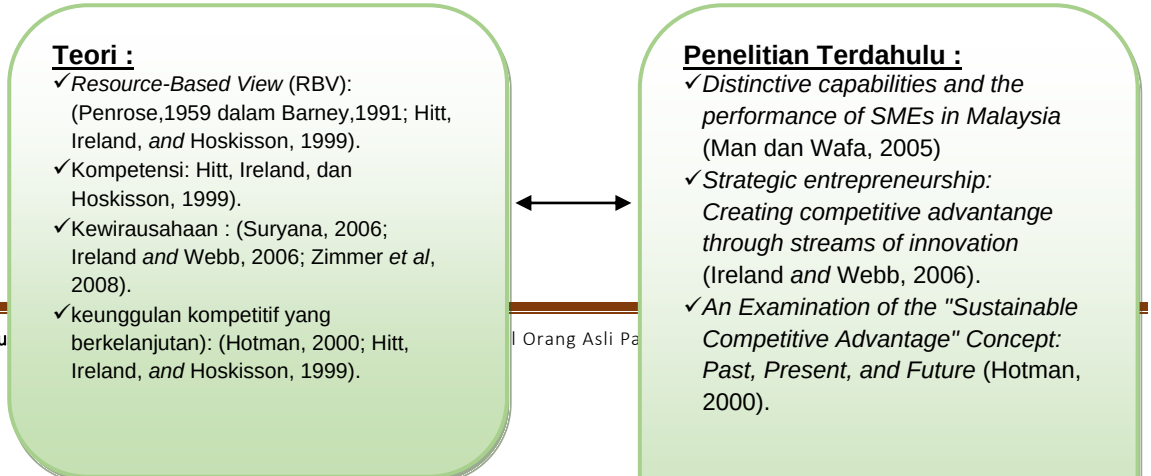
sukses, bila mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka konseptual dalam penelitian dibangun untuk memberikan gambaran dan informasi terkait keseluruhan dalam pelaksanaan penelitian, mulai dari pengumpulan data, menganalisis melakukan interpretasi dari pengaruh budaya, sumberdaya, kapabilitas, strategi kompetensi inti terhadap strategi kecil dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada usaha kecil yang dikelolah oleh pengusaha orang asli Papua/orang asli Papua.

Secara komprehensif masalah dan tujuan penelitian ditetapkan berdasarkan sumber teori dan penelitian terdahulu sebagai berikut;

Gambar 1. Kerangka Proses Berpikir



Kerangka konsep dalam penelitian ini mengambarkan paradigma metode penelitian secara komprehensif, yang dapat diilustrasikan dalam suatu gambaran skema sebagai alur berpikir. Alur hubungan gambaran antar variabel dalam penelitian ini secara substansial menjelaskan alur hubungan variabel budaya, sumberdaya, kapabilitas, kompetensi inti strategi terhadap strategi kecil (*strategic entrepreneurship*) dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) pada usaha kecil yang dikelola oleh pengusaha orang asli Papua/orang asli Papua. Alur hubungan antar variabel dalam penelitian ini seperti disajikan dalam gambar berikut ini:

Gambar 2. Alur Hubungan Antar Variabel



Aspek budaya pada penelitian ini merupakan manefestasi lingkungan eksternal atau merupakan aspek sosiokultural. Dalam suatu budaya terkandung nilai-nilai dari suatu konsep, yang membentuk kualitas kepribadian dasar dari perilaku masyarakat sehingga terbentuk menjadi sejumlah anggapan yang hakiki, baik, dan perlu dihargai sebagaimana mestinya. Budaya yang dimaksud adalah budaya orang asli Papua, nilai-nilai budaya tersebut melekat dan membentuk karakteristik orang asli Papua. Karakteristik khas perilaku dengan dilandasi nilai-nilai budaya tersebut dilakukan dan memiliki keterkaitan dengan aktivitas aktivitas bisnis. Dalam aktivitas bisnis tiap individual berada dalam keadaan dimana budaya mempengaruhi mereka secara individu dan kelompok usaha.

HIPOTESIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini ditetapkan hipotesis yang dikemukakan adalah:

H_1. Integrasi budaya orang asli Papua berpengaruh terhadap terbentuknya sumberdaya usaha kecil di Kota Jayapura.

H_2. Integrasi budaya orang asli Papua berpengaruh terhadap terbentuknya kapabilitas usaha kecil di Kota Jayapura.

Indikator variabel budaya yang disajikan sesuai definisi operasional adalah sebagaimana yang diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Indikator dan Item Variabel Budaya

Variabel	Indikator	Item
Budaya Orang asli Papua (X1)	*Partikularisme* ($X_{1.1}$)	Hubungan kerja/dengan rasa persaudaraan dalam bisnis berdasarkan pada kasih sayang.
	Kolektivisme ($X_{1.2}$)	Kebersamaan dan tanggung jawab bersama, dalam organisasi dan saling membantu di dalam organisasi.
	Afektif ($X_{1.3}$)	Pengungkapan perintah atau arahan dan Pengungkapan

		perasaan/emosi
	Sosial kemasyarakatan ($X_{1.4}$)	Interaksi sosial kemasyarakatan.
	Kepercayaan ($X_{1.5}$)	Etika agama.

Budaya merupakan akutalisasi perilaku bisnis seorang pengusaha orang asli Papua karena perilaku dan kebijakan yang digunakanan dapat dipengaruhi oleh jati diri seorang, nilai budaya yang unsur-unsurnya mempunyai corak kultural dalam manajemen sebagai warna secara khas dalam manajemen. Indikator konsep ini meliputi, nilai partikularisme, nilai kolektivisme, nilai afektif (Tjiptono, 2002), nilai sosial kemasyarakatan dan nilai kepercayaan/religious. Pengukuran variabel budaya yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dimana nilai 1 (sangat tidak setuju), dan 5 (sangat setuju), nilai-nilai budaya diaktualisasikan dan diterapkan dalam cara, perilaku pelaksanaan bisnis dan manajemen usahanya. Variabel kapabilitas dalam penelitian ini terdiri dari tiga indikator yaitu: kemampuan konsistensi mutu, kemampuan untuk belajar, kemampuan untuk berinovasi, Sumber daya tersebut disesuaikan dengan kondisi usaha kecil orang asli Papua. Untuk jelasnya definisi operasional variabel kapabilitas khas usaha kecil orang asli Papua, secara konseptual dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Indikator Dan Item Variabel Kapabilitas

Variabel	Indikator	Item
Variabel kapabilitas khas (X_2)	Konsistensi mutu ($X_{2.1}$)	Kemampuan kosistensi mutu.
	mampu untuk belajar ($X_{2.2}$)	Berkemampuan belajar dan memanfaatkan ilmu pengetahuan.
	Mampu berinovasi ($X_{2.3}$)	Berkemampuan menerapkan, proses, jalan atau tata cara yang baru.

lebih jelasnya definisi operasional variabel sumberdaya usaha kecil orang asli Papua, secara konseptual dijelaskan sebagai berikut. (1) Konsistensi mutu ($X_{3.1}$) variabel ini diperoleh melalui kuesioner yang terdiri dari lima item pertanyaan menggunakan alat ukur lima poin dengan skala Likert, dimana setiap skor kriterianya beda, misalnya skor 1 kriterianya sangat tidak setuju kemudian skor yang tertinggi pointnya adalah 5 dengan kriteria sangat setuju. (2) berkemampuan untuk belajar dan mengadopsi ilmu pengetahuan ($X_{2.2}$). Variabel ini perlakuannya sama dengan model penilaiannya yang

dilakukan pada variabel ($X_{2.1}$) demikian dengan variabel (3) Kemampuan menerapkan, proses, cara atau metode-metode yang baru ($X_{2.3}$). Variabel ini diperoleh melalui kuesioner yang terdiri dari lima item pertanyaan diukur dengan menggunakan skala Likert lima poin, dari skor 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan skor 5 (sangat setuju).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Jayapura, sesuai dengan tujuan penelitian yakni, menganalisis, menguji, menjelaskan sebuah model empiris keunggulan kompetitif yang berkelanjutan usaha kecil orang asli Papua berdasarkan pengaruh integrasi budaya (budaya orang asli Papua), sumberdaya khas, kapabilitas khas, kompetensi inti strategik dan strategi kecil. Konteks sosial budaya dalam penelitian ini adalah budaya orang asli Papua, maka Kota Jayapura dipilih sebagai lokasi penelitian, dengan mempertimbangkan Kota Jayapura sebagai pusat kegiatan perdagangan dan interaksi hubungan bisnis di Provinsi Papua.

Tehnik penetapan sampel dalam penelitian ini menggunakan (*purposive sampling*). Penentuan sampel dengan tipe purposive sampling dalam penelitian ini mengunakan teknik sample Judgment sampling, yakni pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Mengacu pada pedoman penentuan besarnya sampel menurut (Solimun, 2002) maka, penelitian ini ditetapkan jumlah sampel maksimum sebanyak 200 responden, dimana jumlah sampel yang layak untuk dianalisis dalam penelitian ini hanya sebanyak 114 responden sesuai hasil kualifikasi dari pemeriksanaan terkait kelengkapan informasi yang bersumber dari kuisioner serta uji outlier.

Kriteria dalam pemilihan sampel antara lain, usaha kecil yang dimiliki dan dikelola oleh orang asli Papua, memiliki lokasi/tempat usaha yang tetap dan umur usaha minimal lebih dari, atau sama dengan lima tahun beroperasi, memiliki jumlah tenaga kerja 1 sampai 20 orang, kegiatan utamanya adalah jasa, yakni meliputi usaha jasa rumah makan, coffe-shop, salon kecantikan, jasa reparasi, pengangkutan dan komunikasi, keuangan, persewaan dan jasa pengusaha. Pertimbangan tersebut didasarkan pada asumsi bahwa pada rentang waktu tersebut, usaha kecil telah berinteraksi secara maksimal dalam persaingan bisnis, serta responden dapat memberikan informasi yang akurat terkait kondisi persaingan pada usaha kecil yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel observasi atau variabel yang diajukan sebagai indikator variabel budaya (nilai

budaya orang asli Papua) yaitu: 1) nilai partikularisme ($X_{1.1}$), 2) nilai kolektivisme ($X_{1.2}$), 3) nilai specific ($X_{1.3}$), 4) nilai sosial kemasyarakatan ($X_{1.4}$), dan kepercayaan/religious ($X_{1.5}$). Setelah dilakukan analisis dan modifikasi model fit dengan pendekatan confirmatory factor analysis (CFA), maka model fit atau kesesuaian antara data dengan model yang sesuai kriteria model tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Data tabel 3 menunjukkan tingkat penerimaan *goodness of fit indeces* yang baik, maka dapat dijustifikasi bahwa model dapat diterima. Seberapa besar nilai partikularisme, nilai kolektivisme, nilai specific, nilai sosial kemasyarakatan dan kepercayaan/religious dapat digunakan sebagai indikator variabel budaya dapat diamati dari nilai loading factor atau koefisien lambda (□) dan tingkat signifikansinya, yang mencerminkan masing-masing indikator sebagai variabel budaya yang disajikan secara lengkap pada Tabel 4. Indikator dikatakan signifikan dalam mengukur atau membentuk variabel apabila nilai t hitung (critical ratio) ≥ dari t tabel atau bila nilai probability ρ ≤ 0.05.

Tabel 3. Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit Indeces* Budaya

Kriteria	*Cut-off-Value*	Hasil Model	Keterangan
χ^2-*Chi Square*		2,511	Diharapkan nilainya kecil
df		4	
P_value	≥ 0.05	0.643	Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.000	Baik
CMN/DF	≤ 2,00	0,628	Baik
TLI	≥ 0.95	1,008	Baik
CFI	≥ 0.95	1,000	Baik

Sumber: Data primer diolah (2009).

Tabel 4. Loading Factor (λ) Pengukuran Variabel Budaya

Variabel Indikator	*Loading Factor* (λ)	*Critical Ratio*	*Probability* (ρ)	Keterangan
$X_{1.1}$	0.946	Fix	0.000	signifikan
$X_{1.2}$	0.853	13.847	0.000	signifikan
$X_{1.3}$	0.844	13,578	0.000	signifikan
$X_{1.4}$	0.814	12.378	0.000	signifikan
$X_{1.5}$	0.799	12.045	0.000	signifikan

Sumber: Data primer diolah (2009).

Data tabel 4 menunjukkan keseluruhan observed variables dikategorikan sebagai estimator yang baik pada variabel budaya (variabel laten), hal ini dibuktikan dengan indikator nilai *standardized loading factor* (≥ 0,50) dan tingkat signifikansi (≤ 0,05) layak

untuk dianalisis dengan model korelasi antara konstruk variabel laten (Wijanto, 2008). Indikator yang memiliki signifikansi terkuat dalam membentuk variabel budaya adalah indikator nilai partikularisme ($X_{1.1}$) dengan nilai loading variabelnya sebesar 0.946, selanjutnya indikator nilai kolektivisme ($X_{1.2}$) dengan loading variabelnya sebesar 0.853, indikator nilai specific ($X_{1.3}$) dengan loading variabelnya sebesar 0.844, dan indikator yang pengaruhnya dapat dikatakan terkecil diantara lima indikator dalam mengukur variabel budaya adalah indikator kepercayaan ($X_{1.5}$) dengan loading variabelnya 0.799.

Kapabilitas

Variabel observasi atau variabel yang diajukan sebagai indikator variabel kapabilitas khas yaitu: 1) konsistensi mutu ($X_{3.1}$), 2) kemampuan untuk belajar ($X_{2.2}$), 3) dan kemampuan untuk berinovasi ($X_{2.3}$). Setelah dilakukan analisis model fit dengan pendekatan confirmatory factor analysis (CFA) menunjukkan model fit atau kesesuaian antara data dengan model yang dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indeces Konstruk Kapabilitas

Kriteria	*Cut-off-Value*	Hasil Model	Keterangan
χ^2-*Chi Square*		0,491	Diharapkan nilainya kecil
df		1	
P_value	≥ 0.05	0.483	Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.000	Baik
CMN/DF	≤ 2,00	0,491	Baik
TLI	≥ 0.95	1,011	Baik
CFI	≥ 0.95	1,000	Baik

Sumber: Data primer diolah (2009).

Data tabel 5 menunjukkan tingkat penerimaan *goodness of fit indeces* yang baik, maka dapat dijustifikasi bahwa model konstruk dapat diterima. Selanjutnya untuk menguji variabel-variabel observasi merupakan ukuran refleksi dari variabel laten kapabilitas khas, dapat diamati dari nilai loading *factor/koefisien* lambda, dan tingkat signifikansinya mencerminkan masing-masing indikator merefleksikan variabel kapabilitas yang disajikan pada Tabel 6. Indikator dikatakan signifikan dalam mengukur variabel apabila nilai t hitung (critical ratio) ≥ dari t tabel atau bila nilai probability ρ ≤ 0.05.

Tabel 6. Loading Factor (λ) Pengukuran Variabel Kapabilitas

Variabel Indikator	*Loading Factor* (λ)	*Critical Ratio*	*Probability* (ρ)	Keterangan
$X3_{.1}$	0.751	Fix	0.000	signifikan
$X3_{.2}$	0.733	Fix	0.000	signifikan
$X3_{.3}$	0.911	9,105	0.000	signifikan

Sumber: Data primer diolah (2009).

Data tabel 6 diatas menunjukkan indikator yang memiliki loading factor (> 0,50) dan tingkat signifikansi (≤ 0,05) dikategorikan sebagai observed variables yang baik (Igbaria et al.,1997 dalam Wijanto, 2008:175) mereflesikan variabel laten (variabel kapabilitas), selanjutnya untuk dianalisis pada model hubungan antara konstruk atau variabel laten. Indikator yang memiliki signifikansi terkuat mereflesikan variabel kapabilitas khas adalah indikator kemampuan untuk berinovasi ($X_{2.3}$) dengan loading variabelnya sebesar 0.725, diikuti oleh indikator konsistensi mutu ($X_{2.1}$), 2) dan kemampuan untuk belajar ($X_{2.2}$) dengan loading variabelnya sebesar 0.751 dan 0,733.

Hipotesis akan diterima jika nilai critical ratio (t hitung) lebih besar dari nilai t tabel atau nilai ρ value ≤ 0,05, setelah hasil evaluasi kriteria terhadap indeks kesesuaian model dilakukan dan model dapat dikatan fit. Selanjutnya untuk meilihat sejauhmana hubungan kausalitas yang dikembangkan dalam hipotesis pada model tersebut, yang diuji melalui uji t yang ada dalam analisis regresi. Tabel 7 menyajikan nilai-nilai koefisien regresi (*regression weight estimate*) dan critical ratio (identik dengan nilai "t" hitung).

Tabel 7. Loading Factor (λ) Uji Model Hubungan Variabel Budaya, Terhadap Kapabilitas dan Keunggulan Bersaing

Hipotesis	Variabel Mandiri	Variabel Tergantung	Loading Variabel	Nilai c.r (t hitung)	ρ *value*	Keterangan
H_1	Budaya	Sumberdaya	0.726	7.709	0.000	Signifikan
H_2	Budaya	Kapabilitas	0.464	3.043	0.002	Signifikan
H_3	Sumberdaya	Kapabilitas	0.517	2.749	0.006	Signifikan
H_4	Sumberdaya	Kompetensi	0.042	0.250	0.802	Tidak Signifikan
H_5	Kapabilitas	Kompetensi	0.566	3.419	0.000	Signifikan
H_6	Budaya	Strategi Kecil	0.291	4.366	0.000	Signifikan
H_7	Kompetensi Inti	Strategi Kecil	0.473	4.101	0.000	Signifikan

H_8	Strategi Kecil	Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	2.134	8.315	0.000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Data tabel 7 menjelaskan hasil perhitungan *regression weights* seluruh variabel meliputi, koefisien lambda (λ) atau loading variabel, nilai c.r yang identik dengan nilai 't" hitung dan ρ value. Nilai koefisien lambda (λ), nilai c.r seluruh variabel menunjukan nilai yang variatif, dan ρ value menunjukan mayoritas < 0,05. Untuk mengetahui hasil analisis pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total antar variabel dalam model dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8 . Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung

Hipotesis	Variabel Mandiri	Variabel tergantung	pengaruh			Perbandingan Effek
			Langsung	*Tidak Langsung*	Total	
h_1	Budaya	Sumberdaya	0.848	0.000	0.848	Total pengaruh = pengaruh langung
h_2	Budaya	Kapabilitas	0.489	0.395	0.884	Total pengaruh > pengaruh langung
h_3	Sumberdaya	Kapabilitas	0.466	0.000	0.466	Total pengaruh = pengaruh langung
h_4	Sumberdaya	Kompetensi	0.057	0.401	0.458	Total pengaruh > pengaruh langung
h_5	Kapabilitas	Kompetensi	0.859	0.000	0.859	Total pengaruh = pengaruh langung
h_6	Budaya	Strategi	0.503	0.413	0.916	Total pengaruh > pengaruh langung
h_7	Strategik Kompetensi	Strategi	0.511	0.000	0.511	Total pengaruh = pengaruh langung
h_8	Strategi	Keunggulan	0.976	0.000	0.976	Total pengaruh = pengaruh langung

Sumber: Olahan Data Primer (2024)

Evaluasi model path menganalisis pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total antar variable dalam model. Tujuan adalah untuk membandingkan besarnya pengaruh setiap konstruk masing-masing variabel. Pengaruh langsung adalah semua garis koefisien dengan anak panah satu arah, sedangkan pengaruh tidak langsung adalah efek yang muncul melalui sebuah variabel antara sedangkan pengaruh total adalah pengaruh dari berbagai hubungan (Ferdinand, 2014).

Penjelasan hubungan kausalitas antara masing-masing variabel konstruk sebagaimana dibangun dalam suatu model hipotesis yang secara teoritis dengan menggunakan model analisis path secara lengkap dapat ditunjukkan pada Gambar. Diagram path menunjukan delapan jalur yang dirumuskan dalam delapan hipotesis, pada masing masing jalur menunjukan hubungan antar konstruk. Ukuran hubungan antar konstruk tersebut dijelaskan

dengan nilai lambda (λ) atau loading factor dan nilai signifikansinya.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai reliabilitas konstruk sangat bervariasi. (Santoso, 2004:270), menyampaikan bahwa mempunyai nilai reliabilitas > R_{tabel} yang dapat dianggap reliabel (reliabilitas konsistensi internal). (Ferdinand, 2014) menyampaikan bahwa untuk nilai reliabilitas di bawah 0.7 penelitian yang bersifat eksploratori, dapat diterima berdasarkan alasan-alasan empiris yang terlihat dalam proses eksploras. Berdasarkan hasil uji kelayakan model pada *goodness of fit* sudah layak, maka hal ini dapat dianggap sebagai salah satu efek dari adanya beberapa modifikasi yang telah dilakukan tersebut. Jadi, dengan melihat ukuran reliabilitas di atas yang sepadaan besar berada di atas nilai yang direkomendasikan, maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan adalah reliabel dalam menilai sebuah model pengukuran (measurement model) serta dianggap telah mewakili secara baik konstruk yang dikembangkan. Untuk variance extracted, menunjukkan bahwa konstruk variabel budaya (X_1), Sumberdaya (X_2), Kapabilitas (X_3), Kompetensi inti (X_4), dan Keunggulan Bersaing (Y_2) telah memenuhi syarat *cut-off value* minimal 0.5, kecuali Strategi (Y_1) dengan nilai *variance extracted* 0.484.

Artinya konstruk variabel budaya (X_1), Sumberdaya (X_2), Kapabilitas (X_3), Kompetensi inti (X_4), dan Keunggulan Bersaing (Y_2) dengan nilai variance yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator itu telah mewakili secara baik variabel bentukan yang dikembangkan. Untuk membuktikan kausalitas dan diterimanya nilai pemaknaan atau derajad signifikan pengaruh pada suatu jalur, pada sub bab berikut ini dijelaskan pengujian hipotesis penelitian.

Fokus dalam kajian penelitian ini adalah, memahami secara komprehensif aspek budaya orang asli Papua yang sepadan dengan, (a) nilai partikularisme, secara aktual dalam hal hubungan kerja/bisnis berdasarkan pada rasa persaudaraan, kasih sayang, (b) nilai kolektivisme secara aktual dalam tanggung jawab bersama, kebersamaan atau saling membantu di dalam organisasi, (c) nilai afektif secara aktual dalam pengungkapan perasaan/emosi, pengungkapan perintah atau arahan, (d) nilai sosial kemasyarakatan secara aktual dalam interaksi sosial kemasyarakatan, dan (e) nilai kepercayaan/religious secara aktual dalam etika agama (nilai-nilai local Jayapura atau Hukum agama). Fokus dalam kajian pada penelitian ini secara substansial mengkaji akualisasi integrasi aspek-aspek budaya orang asli Papua dalam lingkungan internal bisnis orang asli Papua (sumberdaya, kapabilitas dan strategi) dalam konteks pencapaian keunggulan bersaing.

Integrasi budaya orang asli Papua yang unsur-unsurnya merupakan budaya kultur

orang Jayapura dan mewarnai secara khas dalam manajemen yang selanjutnya mempengaruhi perilaku dan keputusan yang diambil oleh pengusaha orang asli Papua dan dapat memberikan nilai tambah pada pengusaha, karyawan, pelanggan dan masyarakat sekitar. Integrasi aspek budaya orang asli Papua dalam lingkungan internal usaha kecil orang asli Papua dalam hal peningkatan sumberdaya (sumberdaya organisasi, sumberdaya reputasi, dan sumberdaya manusia) dan kapabilitas, guna pencapaian dan mempertahankan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (kemampuan konsistensi mutu, kemampuan untuk belajar, dan kemampuan untuk berinovasi). Pengusaha orang asli Papua (orang asli Papua) di Provinsi Papua yang menjadi subyek dalam kajian adalah pengusaha yang mengelola usaha kecil dalam bidang usaha jasa (akomodasi, makan minum, transportasi, gudang komunikasi, jasa perjalanan, jasa pariwisata,) dalam kompleksitas persaingan bisnis untuk pencapaian keunggulan bersaing.

KESIMPULAN

Studi ini dilakukan berdasarkan permasalahan pokok apakah budaya orang asli Papua sumberdaya, kapabilitas, kompetensi inti, strategi kecil mempengaruhi keunggulan bersaing berkelanjutan pada usaha kecil orang asli Papua. Interpretasi hasil analisis merupakan penjelasan hasil analisis kuantitatif diverifikasi dengan hasil analisis kualitatif. Pembahasan hasil analisis kuantitatif ini didasarkanya hasil uji diterimanya dan tidak diterimanya hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, hasil analisis kualitatif dalam bentuk suatu proposisi, verivikasi dilakukan untuk membuktikan dukungan antar kedua hasil analisis guna mendapatkan suatu jalur empiris keunggulan bersaing berkelanjutan pada usaha kecil orang asli Papua dalam suatu hasil kajian yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis kualitatif dijelaskan dalam suatu proposisi sebagai berikut, integrasi budaya orang asli Papua dalam lingkungan bisnis usaha kecil orang asli Papua membentuk suatu sistim pengelolahan atau manajemen usaha berbasis hubungan sosial yang kompleks dan bercirikan pada hubungan kekeluargaan dan etika agama. Integrasi budaya orang asli Papua sekara actual dalam hubungan sosial yang kompleks merupakan pembeda sumberdaya dan kapabilitas usaha kecil orang asli Papua. Hasil analisis kualitatif relevan dan mendukung hasil analisis kuantitatif yang membuktikan bahwa budaya orang asli Papua memiliki hubungan yang signifikan terhadap sumberdaya dan kapabilitas usaha kecil orang asli Papua.

REFERENSI

Amit, R., & Schoemaker, P. J. H. (1993). Strategic assets and organizational rent. Strategic Management Journal, 14(1), 33–46.

David, F. R. (2011). Strategic Management: Manajemen Strategis: Konsep (Buku-1; Edisi-12). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan desrtasi ilmu manajemen.

Flynn, B. B., Schroeder, R. G., & Sakakibara, S. (1995). The impact of quality management practices on performance and competitive advantage. Decision Sciences, 26(5), 659–691.

Gardiner. (2000). Mengelolah Budaya Yang Berbeda: Studi Kasus di Ghana, Materi Kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik.

Hasanudin. (2006). Variabel Kekuatan Bersaing Dan Kinerja Usaha Industri Mebel Di Pasuruan Jatim. Universitas Brawijaya Malang.

Hayes, R. H., & Pisano, G. P. (1996). Manufacturing strategy: at the intersection of two paradigm shifts. Production and Operations Management, 5(1), 25–41.

HITT, M. A. (2002). Manajemen strategis. daya saing \& globalisasi. Buku dua.

Japarianto, E. (2006). Budaya dan behavior intention mahasiswa dalam menilai service quality Universitas Kristen Petra. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1).

Jogiyanto, H. M. (2005). Sistem Informasi Strategik: Untuk Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Kuncoro, M. (2020). Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0. Penerbit Andi.

Lado, A. A., & Wilson, M. C. (1994). Human resource systems and sustained competitive advantage: A competency-based perspective. Academy of Management Review, 19(4), 699–727.

Luthans, F. (2006). Perilaku Organisasi edisi sepuluh. Yogyakarta: Andi.

Marsuki. (2006). Pemikiran dan strategi memberdayakan sektor ekonomi UMKM di Indonesia. Mitra Wacana Media atas kerjasama Fakultas Ekonomi Unhas, Gerbang Emas Sul~….

Ojeda-Gomez, J., Simpson, M., Lenny Koh, S. C., & Padmore, J. (2007). Achieving competitive advantage in the Mexican footwear industry. Benchmarking: An International Journal, 14(3), 289–305.

Papulova, E., & Papulova, Z. (2006). Competitive strategy and competitive advantages of small and midsized manufacturing enterprises in Slovakia. E-Leader, Slovakia, 1–6.

Porter, M. E. (2008). Competitive Advantage (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan). Tanggerang: Kharisma Publishing Group.

Pramiyanti, A. (2008). studi kelayakan bisnis untuk UKM. Jagakarsa: PT. Buku Kita.

Rahayu. (2005). Pembelajaran Organisasi Sebagai Model Proses Manajemen Strategic Pada Usaha Kecil Etnis Tiongwha Dalam Industry Roti/Kue Di Kota Malang,. Universitas Brawijaya Malang.

Sadri, G., & Lees, B. (2001). Developing corporate culture as a competitive advantage. Journal of Management Development, 20(10), 853–859.

Sangen. M. (2005). Pengaruh Orientasi Kecil, Orientasi Pasar dan Budaya Terhadap Kinerja Usaha Kecil Etnis Cina, Bugis, jawa, Dan Banjar (Studi Pada Industri PengelolahanPangan Di Kalimantan Selatan),. Universitas Brawijaya Malang.

Setiawan, I. P. T. A. (2012). Economic development and entrepreneurship: A critical review from a socio-cultural perspective. APMBA (Asia Pacific Management and Business Application), 1(1), 27–52.

Solimun. (2002). Multivariate Analysis Structural Equation Modeling (SEM) LISREL dan Amos Aplikasi di Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Psikologi, Sosial, Kedokteran dan Agrokompleks.

Suryana, D., & Si, M. (2006). Kecil: Pedoman Praktis (Kiat dan proses menuju sukses). Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2002). Strategi bisnis. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Vibriwati, V. (2012). Transformasi Organisasi dan Perubahan Peran Fungsi Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan.

Zaid. (2010). Budaya Lokal Dalam Bingkai Jiwa Kecil Masyarakat Di Sulawesi Tenggara. Budaya Lokal Dalam Bingkai Jiwa Kecil Masyarakat Di Sulawesi Tenggara.