

PENGARUH ENTREPRENEURIAL ORIENTATION TERHADAP KINERJA EKSPORTIR : STUDI PADA UMKM DI TANGERANG

Respati Wulandari
School of Business Management, Universitas Bina Nusantara
Jalan Kebon Jeruk Raya No.27
respatiwulandari@yahoo.com

Abstract

UMKM play an important role in the economy of the State. In Indonesia, especially the number of UMKM business actors are among the most among other countries, especially since 2014. Currently the government is very supportive of the development of UMKM. One of the development of umkm is to improve its performance. The hope UMKM not only can succeed in Indonesia alone, but can continue to improve the performance of his company by doing export. Forms of support made by the government in increasing exports such as increased access and expansion of export markets for UMKM products. UMKM export increase continues to be increased by the government in every region, where one of its territory is Tangerang. The large and growing number of UMKM in Tangerang area has made UMKM in Tangerang continue to get a lot of government attention. This study will analyze whether the key success of exporters in tangerang region, whether exporters who have souls oriented entrepreneurship is more successful in running its business. This study will analyze what factors are needed by a successful exporter, whether risk-taking, proactive, innovative, or aggressive. By knowing it, it is hoped the government can further improve the spirit of the entrepreneur, so this research will contribute in improving the performance of UMKM, especially to export.

Keywords: *entrepreneurial, exporter, umkm, indonesia, performance*

Abstrak

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Negara. Di negara Indonesia khususnya jumlah pelaku usaha UMKM termasuk paling banyak diantara negara negara lainnya, terutama sejak 2014. Saat ini pemerintah sangat mendukung pengembangan UMKM. Salah satu pengembangan umkm adalah dengan meningkatkan kinerjanya. Harapannya UMKM tidak hanya dapat berhasil di dalam Indonesia saja, namun dapat terus meningkatkan kinerja perusahaannya dengan melakukan ekspor. Bentuk dukungan yang dilakukan pemerintah dalam peningkatan ekspor antara lain seperti peningkatan akses dan perluasan pasar ekspor bagi produk UMKM. Peningkatan ekspor UMKM terus ditingkatkan oleh pemerintah disetiap wilayah, dimana salah satu wilayahnya adalah Tangerang. Banyaknya dan terus meningkatnya pelaku UMKM di wilayah Tangerang membuat UMKM di Tangerang terus mendapat banyak perhatian pemerintah. Penelitian ini akan menganalisis apakah kunci keberhasilan eksportir di wilayah tangerang, apakah eksportir yang memiliki jiwa orientasi kewirusahaan yang lebih berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian ini akan menganalisis faktor apakah yang sangat dibutuhkan oleh seorang eksportir yang berhasil, apakah keberanian mengambil resiko, proaktif, inovatif, ataukah agresif. Dengan mengetahui hal tersebut maka diharapkan pemerintah dapat lebih meningkatkan semangat dari wirausaha tersebut, sehingga penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya untuk melakukan ekspor.

Kata kunci : *entrepreneurial, eksportir, umkm, indonesia, kinerja*

Pendahuluan

Tingkat pengangguran yang semakin tinggi membuat lapangan pekerjaan semakin berkurang. Sehingga masyarakat mulai berusaha mencaai cara untuk menghasilkan rupiah demi kelangsungan hidupnya seperti

dengan membangun bisnis atau berwirausaha. Menurut Zimmerer, Scarborough, dan Wilson (2008), seorang wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan

dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan. Dengan demikian dapat dijelaskan, wirausahawan adalah seorang yang memulai bisnis dari ide orisinal, merancang strategi dan menghadapi masalah-masalah yang akan datang untuk kesuksesan bisnis yang telah dijalani pada masa mendatang.

Namun ternyata bukan hanya perusahaan perusahaan besar saja yang mengalami kesulitan bersaing dalam menjalankan usahanya. Dalam berwirausaha pun harus dapat bersaing dengan baik. Terlebih lagi dengan adanya aktifitas perdagangan global membuat para pelaku UMKM tidak lagi harus bersaing bersama UMKM se nasional namun secara global. Sehingga tidak jarang juga kita telah melihat banyak UMKM yang mulai mengambil kesempatan untuk memasarkan produknya secara global atau go internasional. Selain menambah dan memperluas pasar, namun cara ekspor produk ini merupakan salah satu cara mengenalkan produk dalam negeri ke luar negeri.

Di Indonesia sendiri kewirausahaan ini baru berkembang pesat beberapa tahun terakhir seiring dengan terjadinya krisis ekonomi dan pemahaman kewirausahaan melalui pelatihan pelatihan yang ada dan pendidikan formal. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dipandang memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan 60% dari PDB merupakan sumbangan dari UMKM dan mengurangnya angka pengangguran. Untuk itu pemerintah terus mendorong masyarakat Indonesia untuk terus bisa mengembangkan potensi dan kreatifitas dalam hal menjadi para wirausahawan. Program bantuan yang dikeluarkan pemerintah untuk mendukung UMKM antara lain adalah pemberian modal kecil untuk usaha rumahan sampai program wirausaha mahasiswa yang disebar baik di universitas negeri maupun swasta. Proposal ini pun memiliki variasi mulai 1 hingga 10 juta rupiah. Tidak hanya modal berbentuk uang, namun seminar seminar kewirausahaan secara gratis yang mengundang wirausahawan sukses di Indonesia juga diadakan untuk

menginspirasi dan memberikan semangat bagi para calon UMKM(Bung Cahyo, 2004).

Saat terjadi krisis ekonomi 1998, hanya sektor UMKM yang bertahan dari *collapse*-nya perekonomian. UMKM yang memiliki daya tahan tinggi dan mampu menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global. Berdasarkan data dari Badan Penelitian Statistik, pada tahun 2003 populasi UMKM mencapai 42,5 juta unit atau 99% dari keseluruhan pelaku bisnis di tanah air. Sedangkan dari tahun 1997 hingga 2013 angka pelaku UMKM terus bertambah dan meningkat dengan baik yaitu mencapai 57.895.721 unit UMKM (2013). Berikut adalah tabel singkat mengenai perkembangan UMKM dari tahun 2006 sampai 2010 bersumber dari Kemenkop dan perkembangan UMKM dari tahun 2011 sampai 2013 bersumber dari Badan Pusat Statistik:

Tabel 1

Tahun	Jumlah UMKM	Jumlah Tenaga Kerja
2006	49.021.803 unit	87.909.598 orang
2007	50.145.800 unit	90.491.930 orang
2008	51.409.612 unit	94.024.278 orang
2009	52.764.603 unit	96.211.332 orang
2010	53.823.732 unit	99.401.775 orang
2011	55.206.444 unit	101.722.458 orang
2012	56.534.592 unit	107.657.509 orang
2013	57.895.721 unit	114.144.082 orang

(Sumber : Kemenkop & Badan Pusat Statistik)

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Negara. Di negara Indonesia khususnya jumlah pelaku usaha UMKM termasuk paling banyak diantara negara negara lainnya, terutama sejak 2014. Saat ini pemerintah sangat mendukung pengembangan UMKM. Salah satu pengembangan umkm adalah dengan meningkatkan kinerjanya. Harapannya UMKM tidak hanya dapat berhasil di dalam Indonesia saja, namun dapat terus meningkatkan kinerja perusahaannya dengan melakukan ekspor. Bentuk dukungan yang dilakukan pemerintah dalam peningkatan ekspor antara lain seperti peningkatan akses dan perluasan pasar ekspor bagi produk UMKM. Peningkatan ekspor UMKM terus

ditingkatkan oleh pemerintah disetiap wilayah, dimana salah satu wilayahnya adalah Tangerang. Banyaknya dan terus meningkatnya pelaku UMKM di wilayah Tangerang membuat UMKM di Tangerang terus mendapat banyak perhatian pemerintah.

Bukan hanya kota kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bandung dan Medan. Kota Tangerang juga sedang menjadi sorotan dan perhatian pemerintah Indonesia. Sistematis perizinan usaha di Tangerang menjadi sangat mudah membuat tidak sedikit UMKM yang berada di kawasan Tangerang. Hal ini berdampak pada jumlah UMKM di kota Tangerang mencapai 10.079 unit hingga akhir tahun 2015 ([website www.antarabanten.com](http://www.antarabanten.com)). UMKM telah menjadi kekuatan ekonomi baru di Kota Tangerang dan penggerak ekonomi kreatif yang siap menghadapi persaingan di level Asean. Segala pembangunan yang ada harus menjadi potensi peluang usaha baru untuk promosikan produk.

Namun bagaimana pun menurut [website tempo](http://www.tempo.com) masih ada beberapa kendala dalam perkembangan bisnis UKM Tangerang Selatan, salah satunya adalah permintaan upah pegawai yang masih tergolong tinggi terutama bagi pelaku UMKM yang baru memulai usahanya (Tempo, Januari 2016). Dengan demikian untuk menjadi pelaku wirausaha tidaklah mudah, seorang entrepreneur harus memiliki kreatifitas, jiwa dan semangat juang yang tinggi. Mengingat bahwa menjadi seorang wirausahawan akan selalu di perhadapkan dengan resiko resiko yang besar, maka ada beberapa ciri ciri seorang entrepreneur yang harus dimiliki dan yang membedakannya dengan karyawan biasa.

Penelitian ini akan menganalisis apakah kunci keberhasilan eksportir di wilayah tangerang, apakah eksportir yang memiliki jiwa orientasi kewirusahaan yang lebih berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian ini akan menganalisis faktor apakah yang sangat dibutuhkan oleh seorang eksportir yang berhasil, apakah keberanian mengambil resiko, proaktif, inovatif, ataukah agresif. Dengan mengetahui hal tersebut maka diharapkan pemerintah dapat lebih meningkatkan semangat dari wirausaha tersebut, sehingga penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya untuk melakukan ekspor.

Hasil dan Pembahasan

Joseph Schumpeter sejak tahun 1883-1950 (Maritz, 2005) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah sebuah proses kreatif, dimana seorang wirausaha secara terus menerus melakukan pembaharuan terhadap sistem yang sudah ada dengan sistem yang baru. Selanjutnya Schumpeter juga menyatakan bahwa tujuan dari pembaharuan tersebut adalah meningkatkan nilai ekonomi dengan juga memperkenalkan produk baru, metode baru dan berbagai inovasi yang mendukung kegiatan ekonomi (Schumpeter, 1936, 1950 dalam Maritz, 2005). Kemudian Rumelt (1987) mendefinisikan kewirausahaan adalah proses penciptaan bisnis baru, dimana dalam bisnis baru bukanlah hanya menduplikasi bisnis yang sudah berhasil, namun dalam bisnis baru tersebut terkandung suatu hal yang baru yang belum pernah ada sebelumnya.

Sedangkan Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu pandangan mengenai aktivitas kewirausahaan dalam perusahaan. Orientasi Kewirausahaan mengacu pada proses, praktek, dan pengambilan keputusan kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan peluang baru (Van de Ven dan Poole, 1995).

Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan tidak terdiri dari tiga dimensi seperti yang digunakan dalam penelitian sebelumnya yang mengacu kepada penelitian Miller (1983), namun untuk memiliki lima dimensi, dua tambahan dimensi yang digunakan yaitu adanya autonomi serta keagresifan dalam menghadapi persaingan, yang didefinisikan sebagai berikut :

1. Otonomi merupakan aksi independen dari individu atau tim dalam menghasilkan ide atau visi dan membawanya sampai selesai.
2. Inovasi adalah kecenderungan perusahaan untuk terlibat didalam dan mendukung ide-ide baru, kebaruan, eksperimentasi dan proses kreatif yang dapat menghasilkan produk baru, jasa, atau proses teknologi. (Weerawardena, 2003; Lumpkin & Dess, 2001; Wiklund & Sheperd, 2005) Beberapa diantaranya adalah inovasi produk, inovasi proses, inovasi manajerial dan inovasi pemasaran. Usaha ini dapat berupa bagaimana suatu usaha berpikir mengenai memperbaiki kualitas produk, meningkatkan nilai

produk, memperluas informasi mengenai pasar, dan memperbaiki teknis menjalankan usaha tersebut (Hsu, 2011).

3. Keberanian mengambil resiko adalah tindakan menimbulkan hutang yang berat atau membuat sumber daya yang memiliki komitmen besar dengan memanfaatkan peluang di pasar untuk kepentingan pengembalian yang tinggi. Menjadi pelaku sebuah bisnis yang berani mengambil resiko atau risk taking, diperlukan beberapa faktor penunjang sebagai indikator bahwa pelaku bisnis tersebut telah memiliki dimensi risk taking dalam Orientasi Kewirausahaan (Quantananda & Haryadi, 2015). Perusahaan harus memiliki manajemen resiko dalam segala aktivitas usahanya (Isa, 2003).
4. Proaktif adalah tindakan pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru dan dengan berpartisipasi didalam kegiatan tersebut. Sikap ini mencerminkan proses pencarian peluang baru dengan mengembangkan produk atau jasa yang dipasarkan. (Lumpkin & Dess, 2001; Kobia & Sikalich, 2010; Kreiser et al, 2002).
5. Keagresifan persaingan adalah kecenderungan suatu perusahaan untuk secara langsung dan sangat menantang pesaingnya dalam rangka memenangkan persaingan di pasar.

Dari penelitian terdahulu, dimensi Orientasi Kewirausahaan yang sudah dilakukan pada penelitian memberikan kontribusi bahwa salah satu strategi yang baik yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis dan

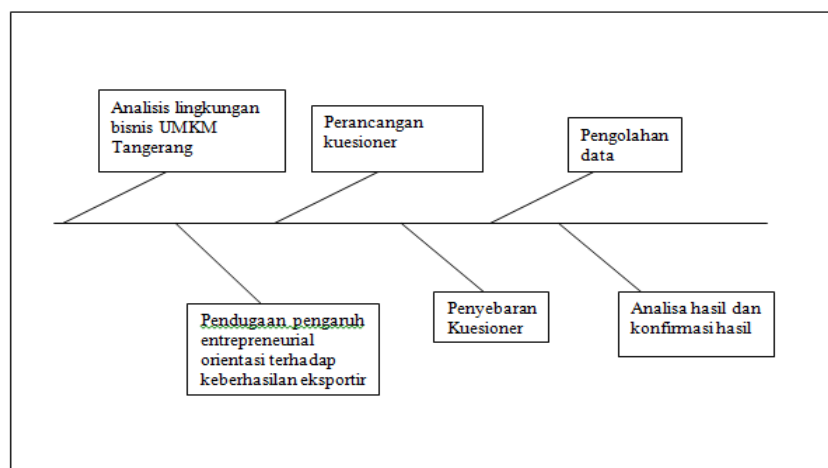
merupakan cara inovatif untuk pengembangan bisnis dari perusahaan dengan skala kecil yang memiliki Orientasi Kewirausahaan (Kaufmann dan Dant, 1998).

Keberanian mengambil resiko merupakan karakteristik penting dalam Orientasi Kewirausahaan, dengan berani mengambil resiko untuk melakukan wirausaha maka seorang wirausaha akan lebih berhasil. (Kaufmann dan Dant, 1998).

Dimensi lainnya yaitu sifat proaktif, dimana perusahaan mampu melihat peluang yang ada di dalam lingkungan eksternal (Lumpkin dan Dess, 1996). Salah satu cara yang dapat digunakan untuk dapat mengetahui peluang lingkungan eksternal dengan mendapatkan informasi peluang di lingkungan eksternal. Kemudian untuk dimensi tingkat keagresifan serta autonomi juga sangat menunjang keberhasilan bisnis.

Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan regresi berganda dengan melakukan uji hipotesis berbagai hubungan antar variabel yang digunakan didalam penelitian. Sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS. Unit analisis dalam penelitian ini adalah para eksportir, sedangkan data yang digunakan bersifat *cross sectional* yaitu sebuah studi yang dilakukan pada suatu periode tertentu dan pada satu objek penelitian tertentu. Berikut adalah kerangka pemikiran peneliti:



Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2017

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 48 orang responden terkait pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja UMKM yang telah melakukan ekspor di daerah Tangerang didapati hasil sebagai berikut. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS dengan hasil data pada uji validitas dan reliabilitas adalah Valid, dilanjutkan dengan uji normalitas dan uji regresi berganda.

Penggunaan regresi berganda dikarenakan terdapat 4 variable independennya yaitu Orientasi Kewirausahaan: inovatif, proaktif, risk taking dan agresifitas, dengan satu variable dependen yaitu kinerja UMKM di Tangerang. Hasil yang didapati setelah pengolahan data adalah terdapatnya pengaruh yang cukup signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Tangerang sebesar 73,7%.

Table 2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.760	.737	.38169

Menjamurnya UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah di daerah Tangerang, membuat para pengusaha semakin berusaha untuk tetap eksis dan meningkatkan pendapatan juga terus bersaing dari waktu ke waktu. Walaupun begitu, banyaknya UMKM di daerah Tangerang yang terus bermunculan juga diiringi dengan banyaknya juga UMKM yang mulai gugur satu persatu. Berdasarkan hasil yang di dapatkan dari penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa gugurnya UMKM-UMKM di daerah Tangerang ini dipicu oleh sifat pengusaha yang kurang Inovatif, Proaktif, berani untuk mengambil Resiko dan kurangnya Agresifitas dalam berkompetisi. Keempat indikator ini merupakan unsur unsur yang terdapat pada diri seorang pengusaha yang berOrientasi Kewirausahaan atau memiliki jiwa kewirausahaan.

Pada penelitian ini, data membuktikan bahwa terdapatnya pengaruh yang cukup signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di daerah Tangerang

yaitu sebesar 73,7%. Sehingga dapat dikatakan bahwa kemungkinan besar gugurnya UMKM-UMKM tersebut merupakan salah satu akibat dari kurangnya jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha atau pemimpin UMKM tersebut. Orientasi Kewirausahaan merupakan komponen penting dalam upaya membangun dan mengembangkan usaha. Tentunya dengan menjamurnya UMKM di Tangerang dan tanpa adanya inovasi, pembeli akan mulai jenuh dengan produk yang kita miliki dan lama kelamaan UMKM tersebut akan kehilangan pelanggannya. Sehingga tidak jarang kita melihat banyak UMKM yang lebih menjadi pilihan pelanggan karena keunikan dan ragam variasi menu yang dihidangkan atau variasi model produk yang di tawarkan. Kurangnya keberanian untuk melihat peluang dan takut mengambil resiko juga dapat membuat usaha tersebut menjadi stuck atau tidak dapat berkembang. Keberanian mengambil resiko perlu dilakukan untuk membuka peluang peluang agar bisnis kita semakin berkembang. Pada penelitian ini, peneliti berpendapat sama dengan Miller, Covin dan Slevin yang berpendapat bahwa Inovatif, Proaktif, berani mengambil Resiko dan Agresif dalam berkompetisi yang merupakan unsur unsur yang terdapat pada Orientasi Kewirausahaan berdampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Kurangnya keagresifan dalam berkompetisi juga dapat membuat usaha menjadi tertinggal beberapa langkah dari kompetitor, untuk itu perlu adanya keagresifan dalam berkompetisi.

Memiliki jiwa kewirausahaan merupakan salah satu bentuk strategi dalam pengembangan bisnis. Porter (1980), Barney (1991) berpendapat bahwa strategi bisnis mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Positifnya hasil dari uji regresi sederhana yang telah dilakukan yang mana menunjukkan bahwa kinerja di pengaruhi oleh Orientasi Kewirausahaan memberikan dorongan agar setiap pelaku UMKM memiliki jiwa kewirausahaan dalam menjalankan usahanya. Maka dengan inovasi, sikap proaktif, pengambilan resiko yang bijak dan berani juga agresif dalam berkompetisi akan membuat perubahan besar yang positif dalam pengembangan bisnis.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa peningkatan kinerja dalam keberhasilan ekspor UMKM pada Penelitian pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Eksportir UMKM di Tangerang, bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja eksportir UMKM di Tangerang yaitu berpengaruh sebesar 73,7% terhadap kinerja eksportir UMKM di Tangerang. Keempat unsur seperti Inovatif, Proaktif, Risk taker dan agresifitas dalam berkompetisi merupakan indikator dalam menentukan apakah seseorang mempunyai jiwa kewirausahaan atau tidak. Karena keempat variabel ini sangat berpengaruh, sehingga dalam peningkatan kinerja ekspor harus memperhatikan keempat variabel tersebut.

Daftar Pustaka

- Aaby dan Slater, (1989), "Management Influences on Export Performance : A Review of the Empirical Literature 1978-1988", *International Marketing Review*, Vol.6 Iss:4,
- Apec. (2013), APEC CEO Summit Indonesia 2013. (www.apec2013ceosummit.com)
- Chetty,S.K., dan Hamilton, R.T. (1993). "Firm-Level Determinants of Export Performance : A Meta-Analysis", *International Marketing Review*, 10(3), 26-34
- Dickson, Pat H. (2004). "*Entrepreneurial orientation: The Role Of Institutional Environment And Firm Attributes In Shaping Innovation And Proactiveness. Strategic management society conference, San Juan, Puerto Rico*".
- Elia Quanrananda dan Bambang Haryadi, 2015, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Surabaya AGORA" Vol 3, No 1, 2015.
- Francis, J, dan Collins, D, (2004), "The Impact of Firms' Orientation on The Export Performance of High-Tech Small and Medium-Sized Enterprises", *Journal of International Marketing*, Vol. 8, No.3, 84-103.
- Frank, H., Kessler, A., & Fink, M. (2010). "*Entrepreneurial Orientation and Business Performance – A Replication Study*". SBR , 175-198.
- Gosselin Maurice, (2005), "An Empirical Study of Performance Measurement in Manufacturing Firm, *International Journal of Productivity and Performance Management*", Vol. 54 No. 5/6.pp.419-437.
- Ibeh, K., (2004), "Furthering Export Participation in Less Performing Developing Countries", *International Journal of Social Economics*, Vol.31, Nos.1/2, 94-110.
- Johanson,J., dan Vahlne,J.E., (1977), "The Internationalization Process of The Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments".
- Kao, R.W.Y., (1997), "An Entrepreneurial Approach to Corporate Management." Singapore: Prentice Hall.
- Kobia, M., & Sikalich, D. (2010). "*Towards a search for the meaning of entrepreneurship. Journal of European Industrial Training*", 34(2), 110-127.
- Kreisser, P.M., Marino, L.D. and Weaver, K.M. (2002) "Assesing the Psychometric Properties of the EO Scale: A Multicountry Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*" 26(4), 71-94.
- KPMI, (2015), " Indonesia Menunggu Peran UMKM Eksportir", 16 Januari 2015.
- Li, Y., Liu, Y., and Zhao, Y. (2006). "*The Role of Market and Entrepreneurship Orientation and Internal Control in the New Product Development Activities of Chinese Firms, Industrial Marketing Management*", 35: 336-347.

- Lumpkin,G.T. dan Dess,G.G. (1996), "Clarying The Entrepreneurial Construct and Linking It to Performance", *Academic of Management Review*, 15, 135-172.
- Lumpkin,G.T dan Dess,G.G. (2001), "Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance : The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle", *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.
- Miller (1983), "Correlates of Entrepreneurship in three types of Firms", *Management Science*, 29, 770-791.
- Nieman,G., Hough,J. dan Nieuwenhuizen,C. (2003), "*Entrepreneurship : A South African Perspective*", Van Schaik Publisher, Pretoria.
- Peter F. Drucker, (1985), "Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles", New York, Harper & Row, Publiser, Inc.
- Singer,T.O. dan Czinkota, R.M. (1994), "Factors Associated with Effective Use of Export Assistance". *Journal of International Marketing*, 2(1) : 53-71.
- Suarez-Ortega, (2005), "SMES' Internationalization: Firms and Managerial Factors", *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*. Vol. 1
- Tesfom, G. and Lutz, C. (2006), "A Classification of Export Marketing Problems of Small and Medium Sized Manufacturing Firms in Developing Countries", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 3.
- Van de Ven, A., dan Poole, M.S. (1995), "Explaining Development and Change in Organizations", *Academy of Management Review*, 20, 510-540.