

***Business Sphere terhadap Business Performance melalui
Competitive Advantage pada Kedai Kopi
di Kota Medan***

***Business Sphere on Business Performance through
Competitive Advantage at Coffee Shops in Medan City***

Chairi Fazira¹⁾, Ade Indah Sari²⁾, Arasyi Ayu Setiamy³⁾

1) Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia

Abstrak

UMKM di Indonesia telah tumbuh menjadi bagian penting dari sistem perekonomian negara. Lingkungan bisnis (Business Sphere), kinerja bisnis (Business Performance), dan keunggulan kompetitif semuanya berdampak pada UMKM (Competitive Advantage). Salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sedang berkembang cukup pesat di Indonesia adalah usaha kedai kopi. Bisnis kedai kopi atau *Coffee Shop* menjadi salah satu bisnis yang sangat prospektif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Business Sphere* terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage* pada kedai kopi di Kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pemilik kedai kopi di Kota Medan. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuisioner. Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah *Business Sphere* berpengaruh terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage* sebagai Variabel Intervening dalam pengaruhnya terhadap pemilik kedai kopi di Kota Medan.

Kata Kunci: *Business Sphere, Business Performance, Competitive Advantage.*

Abstract

MSMEs in Indonesia have become an important part of the country's economic system. The business environment (Business Sphere), business performance (Business Performance), and competitive advantage all have an impact on MSMEs (Competitive Advantage). One of the micro, small and medium enterprises (MSMEs) that is growing rapidly in Indonesia is the coffee shop business. The coffee shop business or *Coffee Shop* is a very prospective business. This study aims to determine the effect of Business Scope on Business Performance through Competitive Advantage at coffee shops in Medan City. This research is quantitative descriptive. The population of this study is the owner of a coffee shop in the city of Medan. Primary data was obtained by using a questionnaire. Multiple regression analysis was used to analyze the data in this study. The result of this study is that the scope of business has an effect on business performance through competitive advantage as an intervention variable in its effect on coffee shop owners in the city of Medan.

Keywords: *Business Sphere, Business Performance, Competitive Advantage.*



PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. (Yuli Rahmini Suci, 2008) menyimpulkan bahwa UMKM mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia. Saat ini terdapat lebih dari 65 juta UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 61,7 juta UMKM. Pada tahun 2017, jumlah UMKM mencapai 62,9 juta, dan jumlah UMKM mencapai 64,2 juta pada tahun 2018. Diperkirakan akan terus meningkat pada 2019, 2020, dan 2021. Demikian pula, ekspansi UMKM di kota Medan semakin meningkat dari tahun ke tahun.

UMKM merupakan jenis perusahaan yang dipengaruhi baik oleh lingkungan internal maupun eksternal. Selain itu UMKM juga dipengaruhi oleh kinerja perusahaan serta keunggulan bersaing. UMKM dengan kinerja yang baik akan menghasilkan daya saing yang tinggi pula. Industri kedai kopi adalah salah satu perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tumbuh paling cepat di Indonesia. Kopi menjadi salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi di planet ini. Bisnis coffee shop atau kedai kopi merupakan bisnis yang sangat menjanjikan.

Di Indonesia sendiri gerai kopi telah menjadi fenomena yang mewarnai pola kehidupan masyarakat, serta mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Banyak para pelaku bisnis yang telah mengetahui serta memanfaatkan fenomena ini untuk kemudian menciptakan gerai yang mengakomodir keinginan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan kedai kopi atau *Coffee Shop* yang sudah sangat menjamur di kota Medan. Mulai dari yang bertempat di pusat-pusat perbelanjaan/perkantoran, di jalan-jalan utama kota Medan, bahkan di pemukiman padat penduduk pasti sudah ada kedai kopi di dalamnya. Seiring berjalannya waktu peningkatan jumlah kedai kopi yang memasarkan produk kopi tumbuh secara pesat untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Kota Medan, (Pratama & Riski, 2020).

Namun, UMKM, termasuk kedai kopi, saat ini mengalami penurunan kebangkrutan. Bisnis ini sangat bergantung pada kegemaran masyarakat Indonesia, antara lain berkumpul dan kegiatan sosial lainnya. Perusahaan ini, bagaimanapun, terpengaruh secara signifikan karena peraturan, yang mengakibatkan penurunan pendapatan. Selain itu, sebagian UMKM ada yang tutup, ada pula yang bertahan bahkan untung.

Kedai kopi kecil di Medan juga tumbuh, tetapi kedai kopi skala mikro hampir tidak berubah. Setiap tahun, jumlah kedai kopi skala kecil tumbuh, sementara kedai kopi skala mikro tetap stagnan karena berbagai keadaan. Pelanggan menjadi disorientasi di kedai kopi yang dulunya merupakan tempat diskusi dan gudang informasi, namun saat ini fokusnya lebih pada prestise dan prestise (Aulia, 2020). Selain itu, pemilik kedai kopi diketahui memiliki masalah dengan keterampilan kewirausahaan, seperti kurangnya kapasitas untuk mengelola sistem informasi, keuangan, pemasaran, dan keterampilan bisnis lainnya. (Aulia, 2020).

Business Sphere

Buchory H.M & Saladin (2010) juga mengemukakan bahwa lingkungan (*environment*) merupakan salah satu faktor yang sangat diperhitungkan dalam pengelolaan kegiatan bisnis. Lingkungan bisnis yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan yaitu lingkungan internal dan eksternal (Madura, 2014). Untuk melakukan keputusan yang berkaitan dengan lingkungan, maka perusahaan perlu mengerti bagaimana lingkungan bisnis berpengaruh besar terhadap perusahaan.

Suryana (2013) mengklaim bahwa lingkungan bisnis dapat menjadi pendorong pengendalian perusahaan berdasarkan pendapat para ahli lainnya. Para pemain yang

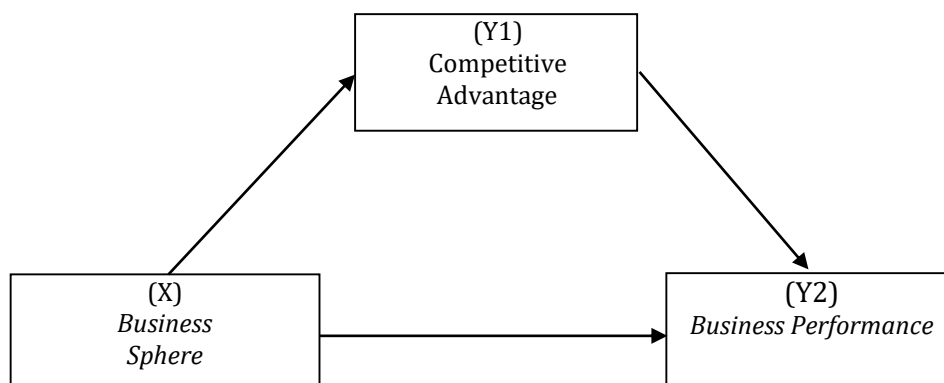
terkait erat dengan lingkungan perusahaan membentuk lingkungan internal. Lingkungan eksternal mengacu pada kekuatan yang berasal dari luar situasi operasional perusahaan dan berada di luar kendalinya.

Business Performance

Kinerja perusahaan merupakan akumulasi hasil akhir dari seluruh kegiatan dan proses kerja perusahaan. Kinerja adalah gambaran penuh perusahaan selama periode waktu tertentu, yang merupakan akibat atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya (Daengs GS et al., 2019)

Competitive Advantage

Keunggulan bersaing adalah keunggulan pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih rendah dan dengan memberikan manfaat yang lebih besar karena harganya lebih tinggi (Kotler & Armstrong, 2012). Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi suatu perusahaan sangat ditentukan oleh karakteristik di dalam perusahaan sehingga memandang perusahaan sebagai sekumpulan asset (sumber daya) dan kapabilitas (Chandra et al., 2021). Tawas (2017) keunggulan bersaing yaitu perusahaan mengalami keunggulan bersaing apabila tindakan-tindakan pada suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif dengan survei. Metode ini memiliki sifat yang sistematis dan menggunakan model-model yang bersifat matematis sehingga hasil yang di dapat memuaskan (Kansaki et al., 2021). Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Situmorang et al., 2021). Pada penelitian ini yaitu seluruh pengusaha kedai kopi di Kota Medan, dimana jumlah populasi tidak dapat didefinisikan dengan jelas karena banyaknya Pengusaha yang tidak mendaftarkan izin usaha pada pihak yg berwenang. Dikarenakan keterbatasan Peneliti baik dari segi waktu dan tenaga, maka peneliti menetapkan jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini berjumlah 100 pemilik Kedai Kopi di Kota Medan. Dalam analisis faktor, ukuran sampel 100 atau lebih besar disarankan. (Hair et al., 2010; Ho, 2006; Kline, 1994) Sampel 100 cukup besar untuk menghasilkan faktor yang akurat dan andal.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Path Analysis****Tabel 1** Hasil Persamaan Substruktur I
Coefficients^a

Pengujian	Variabel Independen	Dependen	Unstd. Coefficients	T	Sig.
$Z = a + b_1x + e$	Business Sphere	Competitive Advantage	0,916	22.673	0,000

Berdasarkan output diatas diketahui nilai t-hitung variabel *business sphere* terhadap *competitive advantage* $22.673 > 0,916$ dan nilai signifikansi hitung sama sama $0,000 < 0,050$. Hal ini menunjukkan bahwa model analisis jalur Uji t Model 1 telah fit.

Hasil Uji r^2 (r square)**Tabel 2** Hasil Koefisien Determinasi Substruktur I

Model	R Square
$Y = a + b_2X + b_3Z + e$	0,840

Pada Model I nilai R^2 menunjukkan nilai 0,840 artinya bahwa kemampuan variabel *Business Sphere* dalam menjelaskan *Competitive Advantage* adalah sebesar 84% sedangkan sisanya sebesar 0,160 atau 16% merupakan nilai error variabel model substruktur I. Artinya Pada Variabel *Competitive Advantage* memberikan banyak informasi dan pengaruh terhadap terciptanya *Business Performance*.

Hasil Uji Kesesuaian Substruktur II

Uji t juga dikenal sebagai uji parsial, digunakan dalam eksperimen untuk melihat bagaimana setiap variabel mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhinya secara individual. Hasil uji kelayakan model untuk Uji T dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3 Hasil Persamaan Sub Struktur II

Coefficients^a					
Pengujian	Variabel Independen	Dependen	Unstd. Coefficients	T	Sig.
$Y = a + b_2X + b_3Z + e$	Business Sphere	Business Performance	0,498	4.938	0,000
	Competitive Advantage	Business Performance	0,440	4,362	0,000

Berdasarkan output diatas diketahui nilai t-hitung variabel *business sphere* terhadap *business performance* melalui *competitive advantage* membuktikan bahwa uji T model 2 telah fit.

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi Substruktur II

Model	R Square
$Y = a + b_2X + b_3Z + e$	0,842

Pada Model II nilai R^2 menunjukkan nilai 0,842 artinya bahwa kemampuan variabel *Business Sphere* dan *Competitive Advantage* dalam menjelaskan *Competitive Advantage* adalah sebesar 84,2% sedangkan sisanya sebesar 0,158 atau 15,8% merupakan nilai error variabel model substruktur II. Artinya pada Variabel di model II ini terbukti bahwa *Competitive Advantage* memberikan hubungan yang besar untuk pengaruh *Business Sphere* terhadap *Business Performance*.

Pengaruh *Business Sphere* terhadap *Competitive Advantage*.

Temuan analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Business Sphere* memperoleh nilai thitung $> t$ -tabel sebesar $22.673 > 1.983$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.00, dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Business Sphere* berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* pada kedai kopi di Kota Medan. Menurut hasil penelitian oleh (Daengs GS et al., 2019) dengan judul "*The Effect Of Business Sphere On Competitive Advantage And Business Performance Of Smes*" pada penelitiannya diketahui bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *Business Sphere* terhadap *Competitive Advantage*. Hubungan variabel ini juga sudah teruji oleh (Samantha & Almalik, 2019) dengan judul "Pengaruh Etika Lingkungan Perusahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif: Peran Mediasi Inovasi Produk Hijau".

Selain adanya pengaruh yang signifikan berdasarkan hasil penelitian antara *Business Sphere* terhadap *Competitive Advantage* dapat kita lihat bahwasannya beberapa pengusaha yang membentuk lingkungan bisnis lebih mampu melihat peluang, memanfaatkan sumber daya dengan baik, menghadapi perubahan, melakukan perencanaan, membantu beradaptasi, serta mengidentifikasi ancaman dari luar sehingga mampu bertahan dan unggul dalam bersaing. Selain itu manfaat *competitive advantage* atau keunggulan bersaing bagi perusahaan yaitu, perusahaan memiliki *brand image* yang kokoh dan unik, mendorong perusahaan agar aktif melakukan inovasi, produk memiliki kesan tersendiri bagi konsumen, serta memperpanjang usia perusahaan dengan meneliti keunggulan dari produk pesaing.

Pengaruh *Business Sphere* terhadap *Business Performance*.

Temuan analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Business Sphere* memperoleh nilai thitung $> t$ -tabel yaitu, $4.938 > 1.983$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yakni 0.000, dengan demikian dapat dikatakan *Business Sphere* berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* pada kedai kopi di Kota Medan. Sejalan dengan hasil penelitian dari (Nursaid, 2017) yang berjudul "Pengaruh Etika Bisnis, Kompetensi Inti Dan Strategi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Pada Perusahaan Teknologi Informasi Jawa Timur" pada penelitiannya jelas bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *Business Sphere* terhadap *Business Performance*. Adapun penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini dilakukan oleh (Daengs GS et al., 2019) dengan judul "*The Effect Of Business Sphere On Competitive Advantage And Business Performance Of Smes*" pada penelitiannya jelas diketahui adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *Business Sphere* terhadap *Business Performance*.

Selain adanya pengaruh yang signifikan berdasarkan hasil penelitian antara *Business Sphere* terhadap *Business Performance* dapat kita lihat bahwasannya lingkungan bisnis dapat membentuk hubungan antara pengusaha kedai kopi satu dengan pengusaha kedai kopi lainnya sehingga membantu mereka untuk memotivasi dan terus berkembang serta meningkatkan kinerja usahanya. Lingkungan perusahaan juga berputar dengan cepat atau aktif, sehingga memerlukan analisis dan pengetahuan tentang perubahan lingkungan oleh para pelaku usaha dan membentuk performa kinerja yang baru bagi perusahaan. Adapun manfaat *business performance* bagi perusahaan yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, serta memperkuat hubungan organisasi.

Pengaruh *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance*.

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Keunggulan Kompetitif memiliki nilai thitung > ttabel sebesar $4,369 > 1,983$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, hal ini menunjukkan bahwa Keunggulan Kompetitif memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kinerja usaha pada kedai kopi di Kota Medan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Daengs GS et al., 2019) dengan judul "*The Effect Of Business Sphere On Competitive Advantage And Business Performance Of Smes*" ada pengaruh yang baik dan cukup besar, menurut penelitiannya, antara *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance*. Adapun penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini dilakukan oleh Sarminah Samad (2018) dengan judul "*Examining In The Effects Of Environmental Strategy And Competitive Advantage On Business Performance*" pada penelitian ini dapat diketahui bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap kinerja bisnis. . Hubungan variabel ini juga telah teruji oleh (Nugraha Pratama Putra, 2019) dengan judul penelitian "Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Bisnis, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Pada *Start-Up* Bisnis *Coffee Shop* Di Kawasan Medan Sunggal Dan Medan Johor". Selain itu hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mtshali & Chinyamurindi, 2021)) dengan judul penelitian "*Determinants Of Small Business Performance In A Selected Region In Sout Africa: The Role Of Entrepreneurial Orientation And Competitive Advantage*".

Selain adanya pengaruh yang signifikan berdasarkan hasil penelitian antara *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance* dapat kita lihat bahwasannya dengan adanya keunggulan bersaing, para pengusaha harus dapat memaksimalkan semua sumber daya yang ada agar dapat menghasilkan produk yang lebih unggul dari pesaing dalam segala hal, sehingga menghasilkan pelanggan yang senang. Penelitian ini juga mengasumsikan bahwa benar adanya bila keunggulan bersaing atau *Competitive Advantage* ini menjadikan para pengusaha kedai kopi mampu membentuk kinerja bisnis atau *Business Performance* dengan didasari adanya keuntungan dari harga, keuntungan dari produk inovatif, keuntungan dari hubungan pelanggan dan keuntungan diferensiasi.

Pengaruh *Business Sphere* terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*.

Dari ketiga pembahasan diatas bisa kita lihat masing-masing dari hasil hubungan antar variabel dimana jika *Business Sphere* dihubungkan langsung dengan *Business Performance* maka terbukti berpengaruh positif. Hal ini terbukti pada Tabel IV.9 dimana nilai t-hitung $4.938 > 1.983$ dan nilai signifikansi hitung $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa *Business Sphere* berpengaruh positif terhadap *Business Performance*. Sedangkan menurut temuan analisis data lainnya, *Business Sphere* memiliki dampak yang menguntungkan terhadap kinerja bisnis jika dilihat dari perspektif keunggulan kompetitif. Hal ini ditunjukkan pada tabel IV.9, dimana nilai t-hitung Lingkup Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif adalah $22,637 > 1,983$ dan nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,000 0,05, dan nilai thitung Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Bisnis adalah $4,368 > 1,983$ dan nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,05. Sedangkan menurut temuan analisis data lainnya, *Business Sphere* memiliki dampak yang menguntungkan terhadap kinerja bisnis jika dilihat dari perspektif keunggulan kompetitif. Hal ini ditunjukkan pada tabel diatas, dimana nilai t-hitung Lingkup Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif adalah $22,637 > 1,983$ dan nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,05, dan nilai thitung Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Bisnis adalah $4,368 > 1,983$ dan nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,05.

Menurut penelitian (Daengs GS et al., 2019) dengan judul "*The Effec Of Business Sphere On Competitive Advantage And Business Performance Of Smes*" dapat dilihat dalam penelitiannya bahwa *business sphere* memiliki pengaruh yang menguntungkan dan cukup besar terhadap *business performance* melalui *competitive advantage*.

Lingkungan bisnis serta keunggulan bersaing memiliki peran penting dalam kinerja perusahaan. Perusahaan harus mampu menyesuaikan lingkungan untuk menghasilkan kinerja yang baik agar unggul dalam bersaing. Jika kinerja perusahaan sangat bergantung pada kemampuan internalnya, ia akan memperoleh keunggulan kompetitif. Fenomena yang terjadi pada industri kedai kopi di Medan menunjukkan bahwa pelayanan yang buruk, seperti kurangnya pengetahuan tentang metode pembelian, dapat membuat pelanggan frustrasi.

SIMPULAN

Kesimpulan berikut dapat dibentuk berdasarkan analisis dan pembahasan penelitian yang telah diberikan sebelumnya:

1. Pengaruh *Business Sphere* terhadap *Competitive Advantage* pada kedai kopi di Kota Medan.
Pengaruh *Business Sphere* terhadap *Competitive Advantage* yaitu dapat dilihat dari hasil Uji Parsial dan Simultan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Business Sphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* pada kedai kopi di Kota Medan.
2. Pengaruh *Business Sphere* terhadap Minat *Business Performance* pada kedai kopi di Kota Medan.
Pengaruh *Business Sphere* terhadap *Business Performance* yaitu dapat dilihat dari hasil hasil Uji Parsial dan Simultan yang menunjukkan bahwa *Business Sphere* berpengaruh positif serta signifikan terhadap *Business Performance* pada kedai kopi di Kota Medan.
3. Pengaruh *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance* pada kedai kopi di Kota Medan.
Pengaruh *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance* yaitu hasil dari uji parsial dan s imultan menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha warung kopi Kota Medan.
4. Pengaruh *Business Sphere* terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage* pada kedai kopi di Kota Medan.
Pengaruh *Business Sphere* terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage* yaitu dapat dilihat dari hasil hasil Uji Parsial dan Simultan yang menunjukkan bahwa *Business Sphere* berpengaruh positif serta signifikan terhadap *Business Performance* dengan melalui *Competitive Advantage* pada kedai kopi di Kota Medan.

Saran

1. Untuk *Coffee Shop* harus memperhatikan keunggulan bersaing atau *Competitive Advantage* agar kinerja bisnis atau *Business Performance* yang dimilikinya dapat menghasilkan sesuatu yang baik dan dapat menjadi kelebihan dimata konsumen/customer.
2. Para pengusaha kedai kopi sebaiknya lebih mampu berbaur dalam lingkungan bisnis, tujuannya agar pengusaha dapat melihat perkembangan, menambah wawasan, mengukur bisnis performa, serta mengantisipasi ancaman yang mungkin datang.

3. Para pengusaha juga diharapkan memiliki pengetahuan tentang bagaimana cara berbisnis dengan baik sehingga mampu bersaing dengan pengusaha lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, M. R. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kedai Kopi Skala Mikro Dan Kecil Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i3.479>
- Chandra, W., Nugroho, N., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Menciptakan Sebuah Keunggulan Bersaing Melalui Fungsi Manajemen Operasi pada Perusahaan Maskapai Penerbangan: Analisis SWOT Airasia. *BISMA Cendekia*, 2(1), 30–38.
- Daengs GS, A., Kurniasih, N., Reni, A., Istanti, E., Zuhroh, D., & Qomariah, N. (2019). The effect of business sphere on competitive advantage and business performance of SMEs. *Management Science Letters*, 9(8), 1153–1160. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.4.025>
- Kansaki, T., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., & Ciamas, E. S. (2021). Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Gen-Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Cendana Medan). *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 2(2), 46–50.
- Mtshali, S. S., & Chinyamurindi, W. T. (2021). Determinants of small business performance in a selected region in South Africa : the role of entrepreneurial orientation and competitive advantage. *Journal of Contemporary Management*, 18(1), 1–20. <https://doi.org/10.35683/jcm20089.94>
- Nursaid. (2017). Pengaruh Etika Bisnis, Kompetensi Inti Dan Strategi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Pada Perusahaan Teknologi Informasi Jawa Timur. *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 7(2), 257–272.
- Samantha, R., & Almalik, D. (2019). Pengaruh Etika Lingkungan Perusahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif: Peran Mediasi Inovasi Produk Hijau. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 3(2), 58–66.
- Situmorang, J. C. J., Hutabarat, F. A. M., Lan, W. P., Nugroho, N., & Lisa, L. (2021). Kualitas Pelayanan Mitra Gojek Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride. *Journal of Economics and Accounting*, 2(2), 51–54.
- Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.