

Pengaruh Kepemimpinan Wirausaha, Orientasi Pasar Dan Networking Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Café Di Jember (Studi Kasus Kecamatan Summersari)

¹Navisa Nurbaiti, ²Akhmad Suharto, ³Ahmad izzuddin

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

Email: ¹navisanurbaiti11@gmail.com, ²akhmadsuharto@unmuhjember.ac.id, ³izzudin@unmuhjember.ac.id

Diterima: September 2026 | Disetujui: Oktober 2026 | Dipublikasikan: Desember 2026

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan pesat industri café di Kabupaten Jember, khususnya di Kecamatan Summersari sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pendidikan, yang memicu persaingan usaha yang semakin kompetitif. Ketatnya persaingan mengharuskan pelaku usaha memiliki kemampuan manajerial dan kapabilitas strategi yang tepat guna mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Selain itu, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dari studi terdahulu yang umumnya masih meneliti variabel secara terpisah serta belum memfokuskan secara spesifik pada sektor café dengan pemilik usaha sebagai pengambil keputusan utama. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, dan *networking* terhadap keunggulan bersaing pada café di Jember (Studi Kasus Kecamatan Summersari). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola café di Kecamatan Summersari yang dikategorikan sebagai *unknown population*, dengan sampel yang ditentukan sebanyak 112 responden melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kepemimpinan wirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Orientasi pasar juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Sementara itu, *networking* berpengaruh positif dan memberikan kontribusi yang nyata serta signifikan terhadap keunggulan bersaing café.

Kata kunci: *Kepemimpinan Wirausaha, Orientasi Pasar, Networking, Keunggulan Bersaing.*

Abstract

This research is motivated by the rapid growth of the café industry in Jember Regency, particularly in Summersari District as a hub for economic and educational activities, which has triggered increasingly competitive business rivalry. Intense competition requires business actors to possess appropriate managerial skills and strategic capabilities to sustain their business survival. Furthermore, there is a research gap from previous studies that generally analyzed these variables separately and had not specifically focused on the café sector with business owners as the primary decision-makers. Based on this phenomenon, this study aims to analyze and test the influence of entrepreneurial leadership, market orientation, and networking on competitive advantage in cafés in Jember (A Case Study of Summersari District). The research method used is quantitative with an explanatory design. The population in this study consists of café owners or managers in Summersari District, categorized as an unknown population, with a sample size determined to be 112 respondents selected through purposive sampling technique. Data were collected by distributing questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression analysis via SPSS software. The results show that partially, entrepreneurial leadership has a positive and significant influence on competitive advantage. Market orientation is also proven to have a positive and significant influence on competitive advantage. Meanwhile, networking has a positive effect and provides a real and significant contribution to the café's competitive advantage.

Keywords: *Entrepreneurial Leadership, Market Orientation, Networking, Competitive Advantage.*

PENDAHULUAN

Perkembangan kewirausahaan saat ini mengalami dinamika perubahan ke arah yang lebih baik berkat dukungan kebijakan pemerintah yang memperhatikan kebutuhan wirausahawan Arafah *et al.*, (2021). Wirausaha merupakan inovator yang mampu mengubah peluang menjadi ide bernilai jual serta memberikan nilai tambah melalui pemanfaatan usaha, waktu, biaya, dan kecakapan demi meraih keuntungan Rahmawati (2020). Selain jeli menilai peluang, seorang wirausahawan memiliki kemampuan melakukan penemuan baru maupun memproduksi sesuatu yang lama dengan cara baru Muharika & Mulyani, (2019). Secara prinsip, kewirausahaan adalah proses menciptakan, mengembangkan, dan mengelola bisnis untuk menghasilkan laba sekaligus memecahkan masalah pasar tertentu Bintari (2019). Kewirausahaan, dalam konteks ekonomi global memegang peran krusial dalam pembuatan kebijakan bisnis, industri, dan ekonomi Meyanti *et al.*, (2023). Seperti yang di katakana oleh Joseph Schumpeter 1947 Bintari, (2019) mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses pengenalan inovasi yang mengganggu pasar lama dan menciptakan pasar baru. Melalui inovasi ini, wirausaha berperan besar dalam mengatasi berbagai problematik pembangunan ekonomi nasional, seperti pengentasan kemiskinan, tingginya pengangguran, rendahnya daya beli, sulitnya penciptaan lapangan kerja, serta akselerasi pertumbuhan ekonomi.

Di sektor industri kreatif, pertumbuhan signifikan ditunjukkan oleh industri kafe. Data *Rentech Digital* mencatat terdapat 46.775 kafe di Indonesia per 15 Oktober 2025, meningkat sebesar 1,47% dari tahun 2023. Kondisi ini memicu persaingan yang semakin ketat, sehingga setiap usaha dituntut memiliki keunggulan bersaing agar mampu bertahan di tengah dinamika industri. Fenomena pesatnya bisnis kafe ini juga melanda Kabupaten Jember, khususnya di area kampus Kecamatan Sumbersari. Karakteristik persaingan yang kompetitif mengharuskan pemilik kafe melakukan inovasi cita rasa, strategi pemasaran, dan atmosfer tempat demi menarik konsumen baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu, penerapan kepemimpinan wirausaha yang kuat menjadi faktor kunci untuk meningkatkan keunggulan bersaing secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu, eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan industri kafe di Kabupaten Jember, terutama di Kecamatan Sumbersari yang didominasi oleh pelaku usaha skala kecil dan menengah. Data menunjukkan bahwa jumlah UMKM di sektor kuliner, termasuk kafe, terus meningkat secara signifikan. Implikasinya, pilihan produk dan layanan bagi konsumen menjadi semakin beragam, yang berujung pada pengetatan intensitas persaingan antar-pelaku usaha. Kondisi objektif ini menuntut pemilik kafe tidak hanya sekadar bertahan, melainkan wajib memformulasikan strategi yang inovatif dan adaptif agar dapat bersaing secara berkelanjutan di tengah pesatnya pertumbuhan UMKM. Hal ini dibuktikan melalui data jumlah cafe di Kabupaten Jember khususnya pada kecamatan Sumbersari yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1

No	Nama	Jumlah Cafe
1	Kabupaten Jember	599
2	Kecamatan Sumbersari	112

Sumber data dinas koperasi diakses 29/1/26)

Data tersebut menunjukkan bahwa dari 599 kafe yang tersebar di Kabupaten Jember, sekitar 112 café berlokasi di Kecamatan Sumbersari, menjadikannya salah satu kecamatan dengan konsentrasi usaha kafe tertinggi di Kabupaten Jember. Tingginya kepadatan usaha kafe ini menegaskan bahwa Kecamatan Sumbersari merupakan wilayah dengan intensitas persaingan usaha kafe yang tinggi, sejalan dengan posisinya sebagai kawasan pendidikan dan pusat kegiatan ekonomi yang didukung oleh banyaknya institusi pendidikan di sekitarnya.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa kafe-kafe yang bermunculan di Kecamatan Sumbersari umumnya menawarkan konsep dan target pasar yang relatif serupa, sehingga pemilik usaha dituntut melakukan inovasi cita rasa, strategi pemasaran, dan penataan atmosfer tempat untuk menarik sekaligus mempertahankan pelanggan. Namun, tidak semua kafe mampu bertahan dan berkembang

secara berkelanjutan meskipun berada pada lingkungan dan peluang pasar yang sama. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan usaha kafe tidak semata ditentukan oleh lokasi atau tren pasar, melainkan oleh kemampuan pemilik usaha dalam menciptakan keunggulan bersaing, yakni kemampuan organisasi untuk tampil lebih unggul dibandingkan kompetitor dalam menciptakan nilai bagi pelanggan (Wahono et al., 2025; Porter, 1985). Keunggulan bersaing tersebut diyakini dipengaruhi oleh kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, dan *networking* pemilik kafe.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membuktikan pengaruh positif kepemimpinan wirausaha (Arantika & Mahfudz, 2021; Saepulloh, 2021), orientasi pasar (Prihartini et al., 2021; Ahmatang & Sari, 2022), dan *networking* (Nursolih, 2022; Hamzah et al., 2022) terhadap keunggulan bersaing. Namun, studi-studi tersebut umumnya mengkaji ketiga variabel secara terpisah, berfokus pada UMKM secara umum, dan belum menyorot secara spesifik sektor kafe dengan pemilik usaha sebagai unit analisis utama. Di samping itu, hingga saat ini belum tersedia data resmi dari instansi berwenang seperti BPS atau Dinas Koperasi yang secara khusus mengidentifikasi jumlah kafe di Kecamatan Summersari; angka yang ada baru diperoleh dari platform digital dan wawancara langsung dengan pihak kecamatan, sehingga kajian akademik atas dinamika persaingannya masih minim. Kesenjangan (*research gap*) inilah yang mendasari perlunya penelitian yang secara spesifik dan terintegrasi mengkaji pengaruh kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, dan *networking* terhadap keunggulan bersaing kafe di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh kenyataan bahwa perbedaan kemampuan bertahan dan berkembang antar-kafe di Kecamatan Summersari mengindikasikan adanya faktor manajerial dan strategis yang berperan penting, namun belum banyak dibuktikan secara empiris pada konteks usaha kafe di tingkat daerah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, dan *networking* terhadap keunggulan bersaing kafe di Jember (Studi Kasus Kecamatan Summersari), sekaligus menjadi rujukan strategis bagi pelaku usaha kafe dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kafe (*owner kafe*) yang ada di kabupaten jember kecamatan summersari. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pemilihan teknik ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak seluruh anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan observasi. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data primer dari responden, yaitu pemilik atau pengelola kafe di Kabupaten Jember Kecamatan Summersari. Kuesioner disusun secara terstruktur dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terkait variabel kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, *networking*, dan keunggulan bersaing. Sementara itu, observasi dilakukan untuk memperoleh data pendukung melalui pengamatan langsung terhadap kondisi operasional kafe, aktivitas pelayanan, serta bentuk interaksi usaha yang mencerminkan penerapan usaha. Penggunaan dua teknik pengumpulan data ini diharapkan mampu memberikan data yang lebih akurat dan komprehensif sesuai dengan tujuan penelitian.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan bantuan IBM SPSS Statistics untuk mengolah data, yang meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda,

uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan, dimana item dinyatakan valid jika nilai r hitung $> r$ tabel atau $\text{sig} < 0,05$ serta reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2018). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Kepemimpinan Wirausaha (X_1), Orientasi Pasar (X_2), dan *Networking* (X_3) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, dimana a adalah konstanta, b adalah koefisien regresi, dan e adalah error. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas ($\text{sig} > 0,05$), uji multikolinearitas ($\text{VIF} < 10$ dan $\text{Tolerance} > 0,1$), serta uji heteroskedastisitas ($\text{sig} > 0,05$). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen dengan kriteria $\text{sig} < 0,05$, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL

Deskripsi Statistik Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 114 Pemilik/Owner usaha café di Kabupaten Jember Kecamatan Sumbersari sebagai responden, dimana secara garis besar didominasi oleh kelompok laki-laki (90,2% atau 101 responden) dan mayoritas berada pada kelompok usia muda produktif rentang 20-30 tahun (93,8% atau 105 responden). Dominasi kelompok ini mencerminkan profil pelaku usaha generasi muda (*young entrepreneurs*) di sektor kuliner yang memiliki jiwa inovatif, adaptif terhadap tren pasar terkini, serta memiliki literasi digital yang tinggi dalam mengelola bisnis. Karakteristik gender laki-laki dan usia muda dalam penelitian ini juga menunjukkan kecenderungan pengambilan keputusan bisnis yang lebih berani mengambil risiko, serta memiliki atensi yang tinggi terhadap pemanfaatan teknologi dan estetika modern dalam konsep café mereka.

Berdasarkan data statistik responden, latar belakang pendidikan yang didominasi oleh lulusan S1 (68,8% atau 77 responden) serta posisi jabatan yang mayoritas dipegang langsung oleh pemilik atau *owner* (61,6% atau 69 responden) membentuk sebuah ekosistem pengelolaan usaha yang berbasis pada pengetahuan tekstual dan control keputusan yang mandiri. Hal tersebut sejalan dengan profil masa operasional bisnis yang mayoritas tergolong baru berdiri yaitu rentang 1-2 tahun (68,8% atau 77 usaha). Karakteristik kemandirian owner muda yang berpendidikan tinggi ini mendorong café-café di Kabupaten Jember untuk sangat bergantung pada strategi pemasaran digital yang dinamis, adaptasi teknologi kasir/operasional modern, serta kreativitas pengelolaan menu taktis demi mempertahankan eksistensi bisnis mereka di tengah persaingan industri kuliner yang kompetitif.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas

Variabel/Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepemimpinan Wirausaha			
X1.1	0,686	0,1840	Valid
X1.2	0,693	0,1840	Valid
X1.3	0,618	0,1840	Valid
X1.4	0,614	0,1840	Valid
X1.5	0,711	0,1840	Valid
Orientasi Pasar			
X2.1	0,735	0,1840	Valid
X2.2	0,776	0,1840	Valid

X2.3	0,783	0,1840	Valid
<i>Networking</i>			
X3.1	0,758	0,1840	Valid
X3.2	0,734	0,1840	Valid
X3.3	0,789	0,1840	Valid
Keunggulan Bersaing			
Y1	0,658	0,1840	Valid
Y2	0,841	0,1840	Valid
Y3	0,795	0,1840	Valid
Y4	0,761	0,1840	Valid
Y5	0,739	0,1840	Valid

Sumber: Data primer, diolah tahun 2026

Uji validitas dalam penelitian ini diukur dengan membandingkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r-hitung) dengan nilai r-tabel sebesar 0,1840 (untuk N = 112, $\alpha = 0,05$). Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kepemimpinan Wirausaha memiliki nilai r-hitung berkisar antara 0,686 hingga 0,711; Orientasi Pasar berkisar antara 0,735 hingga 0,783; *Networking* berkisar antara 0,758 hingga 0,789; dan Keunggulan Bersaing berkisar antara 0,658 hingga 0,739. Karena setiap variabel menunjukkan hasil yang dimana r hitung > r tabel (0,1840), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Tabel 3 Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standart Alpha</i>	Keterangan
Kepemimpinan Wirausaha (X1)	0,685	0,60	<i>Reliabel</i>
Orientasi Pasar (X2)	0,645	0,60	<i>Reliabel</i>
<i>Networking</i> (X3)	0,636	0,60	<i>Reliabel</i>
Keunggulan Bersaing (Y)	0,822	0,60	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2026

Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel dengan kriteria batas reabilitas sebesar 0,60 ($\alpha > 0,60$). Hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kepemimpinan Wirausaha (X1) sebesar 0,685; Orientasi Pasar (X2) sebesar 0,645; *Networking* (X3) sebesar 0,636; dan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,822. Karena seluruh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka seluruh variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan secara konsisten untuk mengukur masing-masing variabel dalam penelitian

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisiensi Regresi	T Hitung	Sig
Konstanta	-2,390	-3.545	<,001
Kepemimpinan Wirausaha (X1)	0,503	19,727	<,001
Orientasi Pasar (X2)	0,508	13,021	<,001
<i>Networking</i> (X3)	0,536	15,114	<,001

Sumber: Data primer, diolah tahun 2026

Berdasarkan hasil analisis pada table 4.12 dapat di ketahui persamaan regresi yang terbentuk sebagai berikut :

$$Y = -2,390 + 0,503X_1 + 0,508X_2 + 0,536X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa: 1). Konstanta sebesar -2,390 menunjukkan besar menunjukkan bahwa apabila variabel kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, *networking* dianggap konstan sama dengan nol. 2). Jika kepemimpinan naik 1 poin, maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,503 artinya, semakin baik kepemimpinan wirausaha yang diberikan maka, keunggulan bersaing akan meningkat. 3). Jika orientasi pasar naik 1 poin, maka keunggulan bersaing

akan meningkat sebesar 0,508 artinya, semakin baik orientasi pasar yang diberikan akan semakin naik juga keunggulan bersaing. 4). Jika *networking* naik 1 poin, maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,536 artinya, semakin baik *networking* maka, keunggulan bersaing juga akan meningkat dan 5). $e = 0,327$ artinya besarnya kesalahan dalam model penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh variabel lain di luar model terhadap Keunggulan Bersaing.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5 Uji Normalitas

Uji Statistik	Nilai	Kriteria	Kesimpulan
Kolmogorov-Smirnov	0,069	-	-
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	> 0,05	berdistribusi normal

Sumber: Data primer, diolah tahun 2026

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S Test). Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Karena Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,493	2,030	Tidak terjadi <i>multikolineritas</i>
X2	0,480	2,082	Tidak terjadi <i>multikolineritas</i>
X3	0,918	1,089	Tidak terjadi <i>multikolineritas</i>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2026

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak adanya hubungan linier yang sempurna antar variable independen dalam model regresi. Hasil pengujian menunjukkan nilai *tolerance* untuk variable X₁, X₂, dan X₃ berturut-turut adalah 0,493; 0,480; dan 0,918 (seluruhnya >0,10). Sementara itu, nilai VIF untuk X₁ sebesar 2,030; X₂ sebesar 2,082; dan X₃ sebesar 1,089. Meskipun nilai VIF pada X₁ dan X₂ berada Jauh dari nila batas <10, nilai tolerance yang > 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independent pada penelitian ini tidak terdapat hubungan atau tidak terjadi gangguan multikolineraitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Uji heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kepemimpinan Wirausaha (X1)	0,109	Tidak terjadi <i>heteroskedastisitas</i>
Orientasi Pasar (X2)	0.804	Tidak terjadi <i>heteroskedastisitas</i>
<i>Networking</i> (X3)	0,486	Tidak terjadi <i>heteroskedastisitas</i>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2026

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Glesjer untuk meregresikan nilai absolut residual terhadap masing-masing variable independen. Hasil pengujian menunjukka nilai signifikasi untuk variable Kepemimpinan Wirausaha (X₁) sebesar 0,109; Orientasi Pasar (X₂) sebesar 0.804; dan *Networking* (X₃) sebesar 0,486. Karena seluruh nilai signifikansi > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 8 Uji Hipotesis

Variabel	t Hitung	T Tabel	Sig	Keputusan
Kepemipian Wirausaha (X1)	19,727	1,982	< 0,001	H1 Diterima
Orientasi Pasar (X2)	13,021	1,982	<0,001	H2 Diterima
<i>Networking</i> (X3)	15,114	1,982	<0,001	H3 Diterima

Sumber: Data primer, diolah tahun 2026

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial pada Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa kepemimpinan wirausaha X1 memiliki nilai t hitung sebesar 19,727 dengan tingkat signifikansi $<0,001$, orientasi pasar X2 memiliki nilai t hitung sebesar 13,021 dengan tingkat signifikansi $<0,001$, *networking* X3 memiliki nilai t hitung 15,114 sehingga H_1, H_2 dan H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar dan *networking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	0,945	0,893	0,890	0,955

Sumber: Data primer, diolah tahun 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.17 dapat dilihat bahwa diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,890. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepemimpinan wirausaha (X_1), orientasi pasar (X_2) dan *networking* (X_3) mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 89%, sedangkan sisanya sebesar 11% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti inovasi produk, kualitas pelayanan, strategi pemasaran, citra merek.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepemimpinan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil uji t , variabel Kepemimpinan Wirausaha terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha kafe di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember, dengan nilai t_{hitung} sebesar 19,727 dan signifikansi $< 0,001$ ($< 0,05$) sehingga H_1 diterima. Temuan ini sejalan dengan teori Gupta et al. (2004) yang menyatakan bahwa pemimpin wirausaha harus mampu menciptakan visi, memanfaatkan peluang, mendorong inovasi, serta mengarahkan sumber daya demi mencapai tujuan usaha. Pengukuran terhadap lima indikator variabel ini menunjukkan hasil yang bervariasi dari responden. Pada aspek keyakinan pengambilan keputusan ($X_{1.1}$), mayoritas responden menyatakan "Setuju" (36,6% / 41 responden), begitu pula pada aspek keberanian mengambil risiko ($X_{1.2}$) di mana sebagian besar memilih "Setuju" (34,8% / 39 responden), yang mencerminkan kepercayaan diri dan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan. Namun, keterbatasan terlihat pada aspek kemampuan menciptakan ide baru ($X_{1.3}$) dengan mayoritas memilih "Kurang Setuju" (33,9% / 38 responden), kemampuan menemukan solusi kreatif ($X_{1.4}$) dengan pilihan dominan "Kurang Setuju" (30,4% / 34 responden), serta kejelasan tujuan usaha ($X_{1.5}$) yang juga didominasi jawaban "Kurang Setuju" (32,1% / 36 responden), mengindikasikan bahwa inovasi, pemecahan masalah kreatif, dan perumusan visi bisnis pelaku usaha masih perlu dioptimalkan.

Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa Kepemimpinan Wirausaha merupakan instrumen krusial bagi pemilik kafe untuk menciptakan nilai tambah unik yang membedakannya dari kompetitor. Karena hipotesis terbukti, pemilik usaha kafe di Kecamatan Summersari sangat disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kapasitas kepemimpinannya. Langkah nyata dapat ditempuh dengan mengasah ketajaman pengambilan keputusan, mengelola risiko bisnis secara terukur, merumuskan tujuan usaha yang lebih fokus dan terarah, serta merangsang kreativitas dalam operasional bisnis demi beradaptasi dengan iklim persaingan yang kompetitif. Temuan empiris ini sekaligus memperkuat hasil penelitian terdahulu oleh Arantika dan Mahfudz (2021) yang menyatakan

bahwa kepemimpinan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, karena figur pemimpin yang adaptif, inovatif, dan berani mengambil risiko akan jauh lebih mudah memenangkan persaingan di pasar

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil uji t, variabel Orientasi Pasar terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha kafe di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember, dengan nilai t_{hitung} sebesar 13,021 dan signifikansi $< 0,001$ ($< 0,05$) sehingga H_2 diterima. Temuan ini sejalan dengan *Market Orientation Theory* (Narver & Slater, 1990) yang menyatakan bahwa orientasi pasar yang tinggi mendorong kinerja bisnis yang lebih baik melalui pemahaman kebutuhan pelanggan, pemantauan strategi pesaing, dan pemanfaatan informasi pasar. Penilaian responden terhadap variabel ini menunjukkan respons positif pada seluruh indikator: mayoritas responden "Setuju" dalam mengutamakan kepuasan pelanggan ($X_{2.1}$) sebesar 35,7% (40 responden), memperhatikan strategi pesaing ($X_{2.2}$) sebesar 36,6% (41 responden), serta memanfaatkan informasi pasar seperti tren dan preferensi konsumen ($X_{2.3}$) sebesar 36,6% (41 responden).

Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa pemahaman pasar yang mendalam merupakan instrumen krusial bagi pemilik kafe untuk menciptakan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Karena hipotesis terbukti, pelaku usaha kafe di Kecamatan Summersari perlu mempertahankan dan meningkatkan orientasi pasar mereka melalui pemantauan kebutuhan pelanggan secara berkala, analisis pergerakan kompetitor, serta integrasi data tren pasar dalam setiap pengambilan keputusan strategis. Temuan empiris ini diperkuat oleh penelitian Priharti et al. (2021) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, membuktikan bahwa pelaku usaha yang jeli melihat dinamika pasar dan pesaing akan lebih mudah menciptakan nilai unggul yang berkelanjutan di tengah ketatnya kompetisi.

Pengaruh *Networking* terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil uji t, variabel *Networking* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha kafe di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember, dengan nilai t_{hitung} sebesar 15,114 dan signifikansi $< 0,001$ ($< 0,05$) sehingga H_3 diterima. Temuan ini sejalan dengan *Network Society Theory* dari Manuel Castells (dalam Arianto, 2025) yang menegaskan bahwa luasnya jaringan sosial, ekonomi, dan komunikasi memudahkan organisasi memperoleh informasi, sumber daya, dan peluang demi meningkatkan daya saing. Data penilaian responden menunjukkan tanggapan yang beragam pada variabel ini: pada aspek hubungan kerja yang baik dengan pihak pendukung operasional ($X_{3.3}$), mayoritas responden memilih "Setuju" sebesar 32,1% (36 responden). Namun, keterbatasan masih terlihat pada pemanfaatan jaringan pemasaran seperti media sosial ($X_{3.1}$) yang didominasi pilihan "Kurang Setuju" sebesar 31,3% (35 responden) serta aspek kerja sama untuk meningkatkan kualitas pelayanan ($X_{3.2}$) yang juga didominasi jawaban "Kurang Setuju" sebesar 30,4% (34 responden).

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa kapasitas membangun dan memelihara koneksi dengan pelanggan, pemasok, hingga mitra bisnis merupakan instrumen penting bagi kafe untuk meraih keunggulan kompetitif. Karena hipotesis terbukti, pelaku usaha kafe di Kecamatan Summersari perlu mengoptimalkan pemanfaatan jaringan pemasaran digital, memperluas relasi bisnis, dan membuka peluang kolaborasi dengan pihak eksternal, sembari mempertahankan hubungan operasional baik yang sudah terjalin. Temuan empiris ini senada dengan pandangan Nursolih (2022) yang menyatakan bahwa pengembangan jaringan dan koneksi secara efektif akan mempermudah

pelaku usaha dalam mengamankan informasi serta peluang kerja sama yang menunjang keunggulan bersaing di pasar.

KESIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa H1 (kepemimpinan wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing), H2 (orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing), dan H3 (*networking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing) seluruhnya dinyatakan diterima. Hal ini mengidentifikasi bahwa ketiga variabel independen, baik secara parsial maupun bersama-sama, benar-benar berperan sebagai faktor penentu keunggulan bersaing pada usaha café di Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, sehingga penguatan kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, dan *networking* secara simultan menjadi strategi yang relevan bagi pelaku usaha dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat kerangka *Resource-Based View* (RBV) dan Network Society Theory dengan membuktikan bahwa kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, dan *networking* merupakan sumber daya strategis yang secara simultan maupun parsial mampu menciptakan keunggulan bersaing, khususnya pada level usaha mikro dan kecil seperti kafe yang selama ini lebih jarang dikaji dibandingkan perusahaan skala menengah-besar. Temuan ini juga memperkaya literatur kewirausahaan dengan mengintegrasikan ketiga variabel tersebut secara simultan dalam satu model penelitian, sekaligus menjawab kesenjangan penelitian terdahulu yang cenderung mengkaji variabel-variabel tersebut secara terpisah dan belum berfokus pada sektor kafe dengan pemilik usaha sebagai unit analisis utama.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan panduan bagi pemilik dan pengelola kafe di Kecamatan Sumbersari untuk memperkuat keunggulan bersaing, antara lain melalui peningkatan kapasitas kepemimpinan wirausaha (keberanian mengambil risiko yang terukur serta kejelasan visi usaha), penguatan orientasi pasar (pemantauan preferensi pelanggan dan pergerakan kompetitor secara berkala), serta optimalisasi *networking* (pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dan perluasan kolaborasi dengan pemasok maupun mitra bisnis). Bagi pemerintah daerah dan asosiasi UMKM, temuan ini dapat menjadi dasar dalam merancang program pendampingan atau pelatihan kewirausahaan yang berfokus pada penguatan ketiga aspek tersebut guna mendorong daya saing sektor kafe di Kabupaten Jember. Bagi kalangan akademis, penelitian ini memberikan basis empiris yang dapat digunakan dalam pengembangan materi perkuliahan atau modul pelatihan kewirausahaan, khususnya yang membahas keterkaitan antara kepemimpinan wirausaha, orientasi pasar, dan *networking* terhadap kinerja usaha. Model dan instrumen penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan metodologis bagi penelitian sejenis pada sektor UMKM lain, serta membuka peluang studi lanjutan yang menguji peran variabel mediasi atau moderasi untuk memperdalam pemahaman mengenai mekanisme pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keunggulan bersaing. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keunggulan bersaing, seperti inovasi produk, kualitas layanan, orientasi kewirausahaan, digital marketing, kemampuan manajemen, maupun kepuasan pelanggan, serta memperluas objek penelitian pada sektor usaha lain sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Jember Bapak Dr. Hanafi, M.Pd., serta Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M., atas dukungan institusional yang diberikan. Apresiasi khusus ditujukan kepada Ibu Septy Holisa Umamy, SM., MM., selaku Kaprodi Manajemen, Kepada Bapak Drs. Akhmad Suharto., MP selaku Dosen Pembimbing I serta Bapak Ahmad Izzuddin SE, MM selaku Dosen Pembimbing II, atas bimbingan yang tekun dan arahan substantif selama penyusunan penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada Bapak atas kritik dan saran konstruktifnya, serta kepada seluruh Pemilik dan pengelola café di Kabupaten Jember Kecamatan Sumbersari yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner dan memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini sehingga data penelitian ini dapat terkumpul dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H. (2024). *Manajemen Strategi Membangun Keunggulan Bersaing Perusahaan*.
- Ahmatang, & Sari, N. (2022). *Volume . 18 Issue 3 (2022) Pages 492-500 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha dimediasi keunggulan bersaing pada UMK. 18(3), 492–500. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11581>*
- Amar, S., Idris, Pratama, I., & Anis, A. (2020). Exploring the Link between Income Inequality, Poverty Reduction and Economic Growth: An ASEAN Perspective. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(2), 24–41.
- Annisa, Z., Supriyahningsih, O., & Ridwansyah. (2025). *PENGARUH STRATEGI RESOURCE BASED VIEW DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARLAH (Study Pada Bigland Gallery Bandar Lampung). 3(6), 76–91.*
- Arafah, F. &, Dety, S. & N., Bairizki, A., & Muniarty, P. (2021). *KEWIRAUSAHAAN*. Bhakti Persada Bandung.
- Arantika, I. W. O., & Mahfudz. (2021). Pengaruh Orientasi Strategik, Kepemimpinan, Modal Manusia dan Orientasi Layanan terhadap Keunggulan Bersaing untuk Peningkatan Kinerja Organisasi. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(11), 5657–5676.
- Arianto, B. (2025). *Network Society Theory: Pendekatan Konseptual* (O. Anggraini, Ed.). Jawa Kresinografi.
- Batara, M., Pundissing, R., & Uddu, L. (2023). *PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, TRAINING DAN KEMAMPUAN MANAJEMEN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING. 16(1), 1–3.*
- Benges, K. M. K., & Roux, I. Le. (2014). *The Influence of Dimensions of Networking Capability in Small and Medium Enterprise Performance Republic of South Africa. 5(2), 189–200.*
- Bintari, C. E. T. (2019). Konsep Dan Teori Orem. In *Scribd*.
- Chakti, A., & Aprizal. (2018). *orientasi pasar dan keunggulan bersaing. celebes media perkasa.*
- Dasuki. (2021). Kajian Teori Resource Based View. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 447–454.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen (Edisi 3)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25*. Undip.
- Gobel, J., Rahman Pakaya, A., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Strategi Dan Modal Intelektual Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jambura*, 5(2), 794–798.
- Gunawan, K. (2023). Pengaruh kepemimpinan dan kompetensi pengurus terhadap keunggulan bersaing (Studi pada lembaga perkreditan Desa di Kabupaten Buleleng Bali). *Widyasari Jurnal Pendidikan*, 4(1), 22–31. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7813348>

- Gupta, V., MacMillan, I. C., & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: Developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 2(19), 241–260.
- Hamzah, T., Akhmad, I., & Ramadhan, R. (2022). Pengaruh Market Orientation dan Networking terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Media Teknologi*, 9(1), 1–7.
- Hatta, M., Suprayitmo, & Suswanti, E. (2019). *KEPEMIMPINAN ENTREPRENEUR BAGI KEBERHASILAN ORGANISASI: Pendekatan Riset* (A. Thoyib, Ed.). Media nusa creative.
- Hutahaean, S. wendy. (2021). *kepemimpinan wirausaha*. Ahlimedia press.
- Ikhwan, M., Wulandari, A., & Anis, B. (2022). Peran Adaptabilitas Lingkungan dalam Memediasi in Mediating Market Orientation and Entrepreneurship Towards Sustainable Competitive Advantage). *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(1), 43–56.
- Indah, A., Sihombing, A., Buatun, R., & Yasin, V. (2018). *pengantar manajemen wirausaha*. Wade Gruop.
- Ishak, Ramadhani, H. F., Warsito, Lifa, I., & Muljadi. (2025). *pemasaran strategik dalam teori dan praktik* (A. Rachmadtulla, Ed.). Indigo media.
- Kirani, S., & Agussalim, A. (2024). Bisnis di era digital dan dampak disrupsi TI pada perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(4), 143–152.
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 38–48.
- Maeyana Kurnia Anggraini, Wahyu Eko Setianingsih, & Ira Puspitadewi S. (2025). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, Digital Marketing, dan Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(3), 190–205. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4771>
- Mahendra, W. S., & Yucha, N. (2025). *Keterampilan Kewirausahaan , Orientasi Pasar , Networking terhadap Kinerja UMKM melalui Kompetensi Wirausaha Pada UMKM Kecamatan Wonoayu*. 9, 27075–27084.
- Maulana, I. (2022). jurnaL INVESTASI ISLAM. *Investasi Islam*, 7, 5–6.
- Mayangsari, S., Murwarningsari, E., & Suryati, A. (2022). *keunggulan kompetitif*.
- Meyanti, I. G. A. S., Sutajaya, I. M., & Sudiarta, I. G. P. (2023). Minat Dan Kompetensi Wirausaha. *Bisma:Jurnal Majemen*, 9(3), 292–299.
- Muharika, & Mulyani, S. R. (2019). *Wirausaha Internet Buku Ajar Alternatif*.
- Nawawi, M. R. (2024). Pengaruh Kepemimpinan yang Efektif, Keunikan Produk dan Analisis Lingkungan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 82–92.
- Nursolih, E. (2022). PENGARUH MARKET ORIENTATION DAN NETWORKING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi pada UMKM Keripik yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis). *Jurnal Media Teknologi*, 9(1), 1–7. <https://doi.org/10.25157/jmt.v9i1.2777>
- Octavia, A. (2013). Faktor-Faktor Pendorong Terbentuknya Orientasi Pasar Ekspor Batik Jambi (The Factors That Stimulate Export Market Orientation Of Jambi Batik). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1(2), 139–152.
- Oktavia, A., & Sriyudha, Y. (2020). *Strategi Orientasi pasar : konsep dan implemetasi bagi uasaba kecil dan menengah*. Salim Media Indonesia (SMI).
- Priharti, R. D. V., Herlina, T., & Hakiki, N. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Rumah Kreatif Pt. Semen Baturaja. *Kolegial*, 9(1), 45–59.
- Puspita, A., & Suasana, I. (2023). *ORIENTASI PASAR DAN KINERJA PEMASARAN - Konsep dan Aplikasi*. media pustaka indo.
- Rahmawati, R. (2020). *KEWIRAUSAHAAN*. Deepublish publisher.
- Raintung, M. C., Kawet, R. C., & Lumatov, R. Y. (2024). JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI KECAMATAN WOLOAN KOTA TOMOHON Michael Ch . Raintung , Raymond Ch . Kawet , Rudie Y . Lumatow Keywords: Kata Kunci:

- Corresponding author: Michael Ch . Raintung: *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi* universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat), 11(3), 1594–1610.
- Saepulloh, A. . & S. E. (2021). Pengaruh Era Revolusi Industri 4.0 terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 114–136.
- Salwa, Z. S., Nusron, A., Sugiharto, B. H., Putri, F. F., Aliffudin, M., Sosial, M., Bersaing, K., Usaha, K., & Kuliner, B. (2025). *PENGARUH NETWORKING DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA Abstrak*. 17(2).
- Setyawati, A. (2017). *KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA*. Media nusa creative.
- Setyoningrum, A. A. D., Nindita, K., Sirait, E., & Herdawan, D. (2023). Model Pendidikan Kewirausahaan yang Ideal untuk Menumbuhkan Entreprenuer Muda. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(1), 69. <https://doi.org/10.32503/jmk.v8i1.3167>
- Sinulingga, J. E., Amelia, W. R., & Syahril, H. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Digital Printing di Padang Bulan Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(1), 51–66. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v3i1.991>
- Situmorang, J., Sembiring, R., & Sianturi, J. A. T. P. (2023). *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023)*. 6, 58–65.
- Sudrajat, B. (2022). *AmaNU : Jurnal Manajemen dan Ekonomi AmaNU : Jurnal Manajemen dan Ekonomi*. 5(1), 83–98.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF*. Alfabeta.
- Sumarsosno, T., & Supardi, H. (2019). *kewirausahaan praktek dan teori*. Media nusa creative.
- Tjiptadi, D. D., Gandasari, D., & Sari, P. A. (2021). *Kepemimpinan Bisnis*. yayasan kita menulis.
- Usman, H. (2019). *Kepemimpinan efektif teori, kepemimpinan, dan praktik* (S. B. Fatmawati, Ed.). PT bumi aksara.
- Wahono, P., Kanthy, N., Aminudin, C., & Purba, Y. (2025). *the competitive mindset kunci keunggulan bersaing organisasi di era disrupsi* (Devita Restu Indah dwi Maulany.s.sos, Ed.).