

Pengaruh Perilaku Proaktif terhadap Keunggulan Bersaing di UMKM Peternak Puyuh Desa Bendowulung Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar

Eko Adi Susilo^{1*}, Kasiani², Rizki Tri Novianto³

¹⁻³Universitas Islam Balitar, Indonesia

**Penulis korespondensi: adisusiloeko@gmail.com¹*

Abstract. This study aims to analyze the influence of proactive behavior on competitive advantage in quail breeder MSMEs in Bendowulung Village, Sanankulon District, Blitar Regency. The background of this research is based on the importance of increasing the competitiveness of MSMEs in the livestock sector in order to be able to survive and develop in the midst of increasingly competitive market competition. The research method uses a quantitative approach with data collection techniques through surveys or questionnaires distributed to quail farming MSMEs. The data were analyzed using statistical methods, including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, linear regression tests, and hypothesis tests to determine the significance of the influence of proactive behavior on competitive advantage. The results of the study show that proactive behavior has a positive and significant influence on competitive advantage. These findings indicate that the higher the level of proactive behavior of an individual or organization, the greater their ability to innovate, take initiative, and adapt to changing business environments. Thus, proactive behavior is a strategic factor in strengthening the position of quail breeder MSMEs in the market, increasing revenue, and encouraging sustainable business performance. This research contributes to the development of MSME management theory and practical recommendations for business actors and policy makers.

Keywords: Business Performance; Competitive Advantage; MSMEs Animal Husbandry; Proactive Behavior; Return Line

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku proaktif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM peternak puyuh di Desa Bendowulung, Kecamatan Sanankulon, Kabupaten Blitar. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya peningkatan daya saing UMKM sektor peternakan agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei atau angket yang disebarluaskan kepada pelaku UMKM peternak puyuh. Data dianalisis menggunakan metode statistik, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui signifikansi pengaruh perilaku proaktif terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku proaktif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat perilaku proaktif individu atau organisasi, semakin besar kemampuan mereka dalam menciptakan inovasi, mengambil inisiatif, serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, perilaku proaktif menjadi faktor strategis dalam memperkuat posisi UMKM peternak puyuh di pasar, meningkatkan pendapatan, serta mendorong kinerja bisnis secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teori manajemen UMKM dan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha serta pemangku kebijakan.

Kata Kunci: Perilaku Proaktif; Keunggulan Bersaing; UMKM Peternakan; Regresi Linier; Kinerja Bisnis

1. PENDAHULUAN

Keunggulan bersaing merupakan bagian terpenting bagi kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing dan keunggulan yang kompetitif berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya (Lestari, Astuti, and Ridwan 2019). Bagi usaha kecil hanya memiliki keunggulan bersaing saja tidak cukup (Marinagi, Trivellas, and Sakas 2014). Usaha kecil juga perlu untuk menghasilkan produk yang memenuhi kriteria sebagai daya saing yang

tinggi antara lain produk yang dijual tersedia secara teratur dan sinambung, yang kedua yaitu produk yang dijual harus memiliki kualitas yang baik dan seragam, yang ketiga yaitu perlunya menawarkan variasi produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar (Sakas et al. 2023).

Keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa perusahaan bertindak lebih baik daripada pesaing dalam hal yang sama (Cheng and Chang 2010). Kreativitas dalam bentuk inovasi produk harus dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Keberhasilan industri kreatif mengembangkan produk yang berorientasi pasar, kreativitas dan inovasi diharapkan dapat menciptakan keunggulan bersaing (Yakin and Suhaeni 2020). Lingkungan bisnis yang berubah mendorong persaingan yang ketat antar perusahaan di pasar global. Hal tersebut memotivasi perusahaan untuk memiliki strategi inovasi dalam memenangkan persaingan pasar global (Duong Vu Xuan Quynh and Nguyen Hoang Huy 2018).

Perilaku kerja proaktif mengacu pada tindakan-tindakan aktif, inisiatif yang berorientasi pada masa depan yang bertujuan untuk melakukan perubahan dan meningkatkan situasi saat ini sebelum permasalahan muncul (Gong and Kanwal 2025). Para pelaku usaha yang proaktif memiliki kemampuan untuk mengenali peluang dan bertindak atas peluang tersebut serta menunjukkan inisiatif dan juga kegigihan dalam memperjuangkan perubahan berarti dilingkungan kerjanya (Dai et al. 2024). Perilaku kerja proaktif berdampak pada keunggulan bersaing di mana pelaku usaha yang mencerminkan perilaku kerja proaktif akan cenderung untuk bersikap aktif dalam melakukan pekerjaannya dengan berani mengemukakan pendapat, memberikan saran – saran pada atasan maupun rekan kerja, serta inisiatif untuk mengambil tindakan dalam rangka memecahkan masalah. Penelitian oleh (Morissan 2018) lalu menurut (Amin, Rusmita, and Wilian 2022) dan (Santoso and Slamet 2019) menyatakan bahwa secara parsial sikap proaktif memberikan kontribusi terhadap keberhasilan bersaing dalam dunia bisnis.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan di awal, UMKM Peternak Puyuh Desa Bendowulung Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar, diketahui bahwa pelaku UMKM peternakan burung puyuh sebanyak 70% sudah melakukan variasi terhadap produk dalam mengembangkan usahanya. Namun volume penjualan UMKM masih mengalami penurunan apabila pesaing dari daerah Timur panen dengan sekala besar, mematikan harga pasar dengan harga yang rendah. Maka dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun pada UMKM Peternak Puyuh Desa Bendowulung Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar

telah berperilaku proaktif melalui pengambilan risiko, namun masih belum dapat unggul dari persaingan yang ada.

State of the Art (SOTA) dalam penelitian tentang pengaruh perilaku proaktif terhadap keunggulan bersaing di UMKM Peternak Puyuh dapat meliputi:

- a. Pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.
- b. Pengembangan strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif untuk meningkatkan keunggulan bersaing.
- c. Penerapan manajemen kualitas yang efektif untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa.
- d. Pengembangan kemampuan dan keterampilan sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja bisnis.
- e. Pemanfaatan analisis data untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan mengoptimalkan kinerja bisnis.

Dengan demikian, SOTA dalam penelitian ini dapat membantu UMKM Peternak Puyuh meningkatkan keunggulan bersaing mereka dan meningkatkan kinerja bisnis.

Kebaruan penelitian tentang pengaruh perilaku proaktif terhadap keunggulan bersaing di UMKM Peternak Puyuh dapat meliputi:

- a. Fokus pada industri peternakan puyuh yang spesifik dan unik.
- b. Integrasi konsep perilaku proaktif dengan strategi bisnis dan manajemen UMKM.
- c. Penggunaan metode analisis yang canggih untuk mengidentifikasi hubungan antara perilaku proaktif dan keunggulan bersaing.
- d. Penekanan pada konteks UMKM di pedesaan dan tantangan yang dihadapi oleh peternak puyuh di Desa Bendowulung.
- e. Pengembangan model atau framework yang dapat digunakan oleh UMKM peternak puyuh untuk meningkatkan keunggulan bersaing mereka.

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada pengembangan teori dan praktik manajemen UMKM di sektor peternakan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan bukti empiris tentang pentingnya perilaku proaktif dalam meningkatkan keunggulan bersaing di UMKM Peternak Puyuh, dan dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan strategi bisnis dan manajemen UMKM di sektor peternakan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif,(Haryanti 2019) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku proaktif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM peternak puyuh di Desa Bendowulung, Kecamatan

Sanankulon, Kabupaten Blitar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM peternak puyuh yang masih aktif beroperasi di desa tersebut, dan karena jumlahnya relatif kecil, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh, di mana seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Populasi dalam penelitian sekaligus sampel penelitian yaitu 60 peternak. Obyek dalam penelitian ini peternak puyuh sebanyak 60 responden. Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–5 serta wawancara singkat dengan para pemilik usaha, dan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi serta literatur terkait. Variabel perilaku proaktif (X) diukur melalui indikator inisiatif pribadi, perencanaan ke depan, dan orientasi pada perbaikan, sedangkan keunggulan bersaing (Y) diukur berdasarkan diferensiasi produk, efisiensi biaya, dan responsivitas pasar. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS, yang diawali dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (normalitas dan linearitas), kemudian dilanjutkan dengan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh perilaku proaktif terhadap keunggulan bersaing, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk melihat besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Penelitian

Uji validitas adalah ukuran keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Validitas diukur menggunakan analisis Person Product Moment. Untuk menentukan validitas instrumen, hasil korelasi dibandingkan dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Jika hasilnya memenuhi kriteria, maka instrumen dinyatakan valid dan cocok digunakan untuk pengumpulan data. Dalam penelitian ini, tingkat kevalidan instrumen dianalisis menggunakan SPSS 26, dengan hasilnya disajikan dalam tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
Perilaku proaktif	X1	0.781	0.4973	Valid
	X2	0.811	0.4973	Valid
	X3	0.742	0.4973	Valid
	X4	0.711	0.4973	Valid
	X5	0.690	0.4973	Valid
	X6	0.717	0.4973	Valid
	X7	0.722	0.4973	Valid
	X8	0.699	0.4973	Valid
	X9	0.720	0.4973	Valid
Keunggulan bersaing	Y1	0.585	0.4973	Valid
	Y2	0.765	0.4973	Valid
	Y3	0.711	0.4973	Valid
	Y4	0.722	0.4973	Valid
	Y5	0.748	0.4973	Valid
	Y6	0.615	0.4973	Valid
	Y7	0.305	0.4973	Valid

Y8	0.353	0.4973	Valid
Y9	0.315	0.4973	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2025.

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses untuk memastikan keandalan data sehingga hasil penelitian dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan nilai Cronbach's Alpha, dengan batas minimal 0,60 untuk menunjukkan reliabilitas yang memadai. Hasil uji reliabilitas untuk ketiga variabel disajikan dalam tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha
Perilaku proaktif	0,891
Keunggulan bersaing	0,745

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2025.

Dari hasil uji reliabilitas kuesioner pada tabel 2, nilai Cronbach's Alpha > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi dasar dilakukan untuk memperoleh hasil estimasi yang bebas dari bias dan efisien pada analisis regresi berganda dengan menggunakan metode kuadrat terkecil. Pada bagian ini, dilakukan beberapa pengujian asumsi dasar yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data pada variabel yang diteliti berdistribusi secara normal sehingga layak digunakan dalam analisis statistik. Pengujian dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan: apabila nilai signifikansi (Sig) < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal, sedangkan jika nilai Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas tersebut disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Uji Normalitas.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,05213098
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,059
	Negative	-,077
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dari uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200, yang lebih besar daripada nilai $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual terstandarisasi berdistribusi normal, atau dengan kata lain, data memiliki sebaran yang normal.

Uji asumsi dasar ini digunakan dalam analisis regresi yang melibatkan dua atau lebih variabel untuk mengukur tingkat hubungan atau pengaruh antar variabel melalui nilai koefisien korelasi (r). Terjadi multikolinieritas apabila koefisien korelasi antar variabel bebas (X) lebih besar dari 5, sedangkan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai koefisien korelasi antar variabel bebas sama dengan atau lebih kecil dari 5. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi antar variabel sebesar $1,001 < 5$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas disajikan pada tabel berikut.

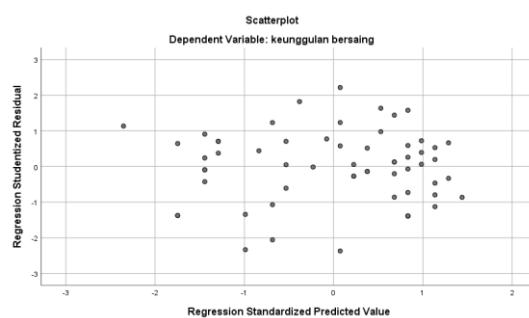
Tabel 4. Uji Multikolinieritas.
Coefficients^a

Model			Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	perilaku proaktif	1,000	1,000

a. Dependent Variable: keunggulan bersaing

Dari output Coefficients di atas, nilai VIF untuk promosi, demografis, dan pengalaman menunjukkan nilai kurang dari 5, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinieritas.

Berdasarkan output SPSS, scatterplot menunjukkan titik-titik yang menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu Y tanpa pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:



Gambar 1. Heteroskesdastisitas.

Gambar 1 menunjukkan bahwa data tersebar secara acak di sekitar titik nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas).

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel Coefficients berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) 12,178	1,957		6,222	,000
	perilaku proaktif ,596	,061	,789	9,795	,000

a. Dependent Variable: keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil analisis regresi yang di dapat pada tabel 6 maka dapat dituliskan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 12,178 + 0,596 + 1,957$$

Koefisien regresi (B) untuk Perilaku Proaktif adalah 0,596, artinya setiap peningkatan 1 Perilaku Proaktif akan meningkatkan Keunggulan Bersaing sebesar 0,596.

Nilai t hitung untuk Perilaku Proaktif adalah 9,795 dengan signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa Perilaku Proaktif memiliki pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Nilai R² (tidak ditampilkan dalam tabel) dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi Keunggulan Bersaing yang dapat dijelaskan oleh Perilaku Proaktif.

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh temuan sebagai berikut:

Tabel 8. Uji t.
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) 12,178	1,957		6,222	,000
	perilaku proaktif ,596	,061	,789	9,795	,000

a. Dependent Variable: keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil Uji t pada Tabel 8 di atas, dapat diketahui bahwa variabel perilaku proaktif berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 9,795 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Artinya, perilaku proaktif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,596 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan perilaku proaktif akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,596 satuan. Dengan

demikian, semakin tinggi perilaku proaktif, maka semakin besar pula keunggulan bersaing yang dimiliki.

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menggambarkan seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Semakin tinggi nilai R Square (R^2), maka semakin baik model regresi dalam menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Sebaliknya, semakin rendah nilai R^2 , maka semakin lemah kemampuan model regresi tersebut dalam mewakili data penelitian

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,789 ^a	,623	,617	3,07833

a. Predictors: (Constant), perilaku proaktif

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang ditampilkan pada Tabel 9, diperoleh nilai R Square sebesar 0,623. Hal ini menunjukkan bahwa variabel perilaku proaktif memberikan kontribusi sebesar 62,3% terhadap keunggulan bersaing, sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,617 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model, kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tetap kuat. Dengan demikian, model regresi ini dapat dikatakan memiliki tingkat kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara perilaku proaktif dan keunggulan bersaing.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku proaktif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti individu atau organisasi yang memiliki perilaku proaktif cenderung mampu mengambil inisiatif, mengantisipasi peluang maupun tantangan, serta bertindak secara strategis untuk menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaingnya. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa perilaku proaktif merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk daya saing yang berkelanjutan, karena sikap proaktif mendorong inovasi, efisiensi, dan adaptabilitas terhadap perubahan lingkungan kerja maupun pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Bateman dan Crant (1993) yang menyatakan bahwa perilaku proaktif merupakan karakteristik individu yang secara konsisten mengidentifikasi peluang dan bertindak untuk mengubah situasi menjadi lebih baik. Penelitian Crant (2000) juga menunjukkan bahwa perilaku proaktif berkontribusi terhadap peningkatan kinerja dan efektivitas organisasi. Selain itu, Luthans (2011) menegaskan bahwa karyawan yang proaktif memiliki kecenderungan untuk mengambil tindakan yang dapat meningkatkan

produktivitas dan keunggulan organisasi. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Wijayanti dan Sutanto (2020) yang menyimpulkan bahwa perilaku proaktif berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing melalui peningkatan inovasi dan komitmen kerja. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa perilaku proaktif menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan keunggulan bersaing baik di tingkat individu maupun organisasi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perilaku proaktif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Nilai koefisien regresi dan signifikansi menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat perilaku proaktif, semakin besar pula kemampuan individu atau organisasi dalam menciptakan keunggulan bersaing. Hal ini menegaskan bahwa perilaku proaktif menjadi faktor penting dalam mendorong inovasi, pengambilan inisiatif, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan yang kompetitif, sehingga dapat memperkuat posisi organisasi di tengah persaingan.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi organisasi maupun manajer dalam upaya meningkatkan daya saing. Organisasi perlu mendorong budaya kerja yang menumbuhkan perilaku proaktif melalui pelatihan, pemberdayaan karyawan, serta sistem penghargaan bagi mereka yang berinisiatif dan berorientasi pada perubahan positif. Selain itu, pimpinan diharapkan mampu menjadi role model dalam menunjukkan sikap proaktif sehingga dapat menular ke seluruh anggota organisasi. Dengan demikian, pengembangan perilaku proaktif tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kinerja individu, tetapi juga menjadi strategi efektif untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S., Rusmita, I., & Wilian, R. (2022). Pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap kinerja karyawan dengan keterikatan karyawan sebagai variabel mediasi. *Journal of Applied Management Research*, 2(2), 100–109. <https://doi.org/10.36441/jamr.v2i2.1227>
- Cheng, S. L., & Chang, H. C. (2010). Cognitive complexity implications for research on sustainable competitive advantage. *Journal of Business Research*, 63(1), 67–70. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.02.016>
- Dai, Y., Qin, S., Tang, Y. M., & Hou, J. (2024). Fostering employees' innovative behavior: The importance of proactive personality and work-related flow. *Acta Psychologica*, 246, 104278. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104278>

- Duong Vu Xuan Quynh, & Nguyen Hoang Huy. (2018). Supply chain management practices, competitive advantages and firm performance: A case of small and medium enterprises (SMEs) in Vietnam. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 14(3), 136–146. <https://doi.org/10.17265/1548-6583/2018.03.004>
- Gong, J., & Kanwal, S. (2025). Exploring the influence of spiritual leadership on proactive customer service performance. *Acta Psychologica*, 253. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104721>
- Haryanti, N. (2019). *Metode penelitian ekonomi*. Manggu.
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1).
- Marinagi, C., Trivellas, P., & Sakas, D. P. (2014). The impact of information technology on the development of supply chain competitive advantage. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 147, 586–591. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.161>
- Morissan. (2018). Hubungan antara kompensasi dan sikap proaktif dengan motivasi kerja karyawan pada industri perhotelan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 189–203. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2362>
- Sakas, D. P., Reklitis, D. P., Giannakopoulos, N. T., & Trivellas, P. (2023). The influence of websites user engagement on the development of digital competitive advantage and digital brand name in logistics startups. *European Research on Management and Business Economics*, 29(2). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100221>
- Santoso, D. A., & Slamet, F. (2019). Pengaruh dukungan universitas dan sikap proaktif terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(3), 401. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5340>
- Wijayanti, D., & Sutanto, E. M. (2020). Pengaruh perilaku proaktif terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi dan komitmen kerja. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–54.
- Yakin, A. H., & Suhaeni, T. (2020). Peranan orientasi pasar dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada UMKM Lampu Gentur Cianjur. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6(1), 15–22. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i1.1876>