

Komitmen Pengusaha Berbasis Orientasi Kewirausahaan

Yayu Rahayu

Universitas BSI, yayu.yrr@bsi.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah mengkaji dampak dari orientasi kewirausahaan pada komitmen dan jiwa ambisius pengusaha. Penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kota Bandung, dengan fokus pada usaha kecil. Dimana disinyalir tidak berkembangnya komitmen dan jiwa ambisius dalam menjalankan bisnis, sehingga menurunkan kinerja bisnisnya. Penelitian dilakukan dengan kuesioner yang disebar kepada 200 pengusaha kecil secara acak. Hasil penelitian ditemukan bahwa orientasi kewirausahaan mampu menjadi pendukung dalam peningkatan komitmen dan jiwa ambisius pengusaha dalam berbisnis. Disamping itu, komitmen pengusaha ditemukan lebih tepat berbasiskan orientasi kewirausahaan. Penelitian memiliki manfaat dari sisi UMKM di Kota Bandung, dalam mengenali jiwa kewirausahaan melalui orientasi kewirausahaan. Serta bagi pemerintah Jawa Barat dalam upaya peningkatan wirausaha.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Komitmen, Jiwa Ambisius

ABSTRACT

The aim of this study conducted is reviewing the impact of entrepreneurial orientation on commitment and the ambitious soul of the entrepreneur. this study is conducted at SMEs in Bandung City, with the focus on small business. In which it is assumed that the lack of commitment and ambitious spirit in running a business, so it lowers its business performance. The study is conducted with questionnaire spread to 200 small businessmen randomly. The resarch result is found that entrepreneurial orientation can be supporter in commitment improvement and the ambitious soul of the entrepreneur in business. Besides that, businessmen' commitment found more precisely based on entrepreneurial orientation. This study has benefit from SMEs side in Bandung City, in recognizing the entrepreneurial soul through entrepreneurial orientation. and also for West Java government in trying business improvement.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Commitment, Ambitious.*

Naskah diterima: 12 Januari 2018, Naskah dipublikasikan: 15 April 2018

PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia terus didorong oleh pemerintah, agar terus meningkat perkembangannya dan mampu menembus bukan hanya pasar nasional tetapi pasar internasional untuk produk atau jasa yang diciptakannya (Susilo, 2010). Namun demikian, tidak sedikit UMKM setiap tahunnya menutup bisnisnya, seperti di Jawa Barat (Saputro, Handayani, Hidayanto, & Budi, 2010). Hal ini dikarenakan bukan hanya dari persaingan bisnis tetapi jiwa bersaing pengusaha UMKM yang masih rendah (Hasibuan,

2015). Terlebih pada usaha kecil, dimana didominasi oleh pengusaha yang tidak berpendidikan (Rasul, 2013). Sehingga diperlukan sebuah pengetahuan bisnis untuk para pengusaha kecil, guna bertahan dari persaingan bisnis baik sesama usaha kecil sampai usaha besar.

Jiwa bersaing pengusaha sejatinya dapat ditemukan melalui komitmen dan ambisius pengusaha (Sidiqqoh & Alamsyah, 2017). Karena keduanya menjadi perilaku dari pengusaha yang mampu mengendalikan kinerja bisnisnya. Komitmen merupakan keteguhan hati dari pengusaha dalam

menjalankan bisnis (Abosag & Lee, 2013). Keteguhan yang dimaksud berkaitan dengan fokus dalam menjalankan bisnis. Telah diketahui bahwa komitmen dari pengusaha pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja bisnis (Javalgi & Todd, 2011). Sama halnya dengan jiwa ambisius, dimana jiwa ini mendukung pengusaha dalam meningkatkan kinerja bisnisnya (Gundry & Welsch, 2001). Dimana jiwa ambisius merupakan bagian dari perilaku pengusaha yang mengedepankan minat pengusaha dalam berbisnis.

Saat ini komitmen pengusaha dari UMKM di Indonesia terus dikembangkan, nampak dari beberapa upaya pelatihan yang diberikan oleh pemerintah pelatihan melalui inkubator bisnis dan sebagainya (Agustina, 2011). Namun demikian tidak sedikit terjadi penurunan komitmen, karena jiwa pengusaha dalam berbisnis tidak didukung oleh orientasi kewirausahaan (Suci, 2009). Akhirnya yang terjadi kemunduran dari bisnisnya dan cenderung berubah fokus usaha yang dilakukan. Sehingga UMKM tersebut cenderung mengulang usaha baru dari pada mempelajari dan mempertahankan usaha yang sudah ada. Artinya bahwa berjuang dari awal dalam bisnisnya. Tentunya hal ini tidak baik, mengingat tidak berkembang usahanya tetapi cenderung jalan ditempat.

Selain komitmen, hal yang juga perlu diperhatikan dalam kinerja bisnis pengusaha adalah jiwa ambisius. Jika usaha tidak dijalankan dengan sungguh-sungguh dengan niat yang tulus, maka usaha sebaik apapun tidak akan berjalan dengan lancar (Zailani, Eltayeb, Hsu, & Tan, 2012). Artinya, diperlukan dukungan dalam diri pengusaha dalam berbisnis, guna meneguhkan niat dalam berwirausaha. Hal ini termaktub dalam jiwa ambisius, yang memberikan pengusaha bersemangat dalam berwirausaha (Shane & Venkataraman, 2007). Terutama untuk usaha kecil, dimana diketahui memiliki modal yang lebih terbatas, dengan latar pendidikan yang masih rendah (Suci, 2009). Jika dikaji lebih dalam, dimungkinkan pelatihan-

pelatihan yang mendukung pengetahuan dan keilmuan dari para pengusaha kecil.

Pelatihan-pelatihan yang saat ini diberikan oleh pemerintah Indonesia, pada prinsipnya hanya untuk mendukung peningkatan dan percepatan UMKM (Wicaksono & Nuvriasari, 2012). Namun demikian, pelatihan yang dilaksanakan tidak menitikberatkan pada keilmuan, lebih kepada implementasi di lapangan apa yang harus dilakukan sebagai seorang pengusaha. Artinya bahwa masih perlu adanya pengembangan UMKM yang didukung pula oleh tingkat pendidikan yang cukup memadai. Karena tanpa ilmu pengetahuan, pengusaha tetap akan ragu dalam menjalankan usaha (Urfa, Handayani, & Hidayat, 2013) dan cenderung memutuskan masalah tanpa melihat dari efek jangka panjang, yang ujungnya adalah merugikan usahanya.

Perkembangannya, sejatinya komitmen dan jiwa ambisius dari pengusaha bisa didukung oleh tingkat orientasi kewirausahaan (Sidiqqoh & Alamsyah, 2017). Sehingga bentuk pelatihan yang diberikan oleh pemerintah bisa mengadopsi yang ujungnya pada peningkatan orientasi kewirausahaan. Karena orientasi kewirausahaan merupakan jiwa yang dibutuhkan pengusaha dalam menjalankan bisnis, dan sangat erat kaitannya dengan komitmen dan jiwa ambisius. Menelaah dari fenomena masalah penelitian, maka fokus penelitian pada kajian orientasi kewirausahaan, komitmen dan jiwa ambisius pengusaha kecil di Kota Bandung. Penelitian ini memiliki manfaat bukan hanya pada upaya peningkatan UMKM di Indonesia, juga berupaya memakmurkan perekonomian di Indonesia dengan meningkatkan pengusaha baru.

KAJIAN LITERATUR

Komitmen Pengusaha

Komitmen merupakan sebuah usaha yang muncul dari seorang pengusaha (Iturrioz, Aragón, & Narvaiza, 2014). Komitmen dapat dibentuk melalui beberapa pengalaman dan dukungan pendidikan seseorang (Ciasullo & Troisi, 2013). Sehingga jika tidak memiliki pengalaman atas suatu usaha, maka komitmen

pengusaha dalam berwirausaha juga akan tergoyahkan. Komitmen juga bisa muncul karena adanya dukungan dari pasar (Abosag & Lee, 2013), dimana permintaan pasar yang fokus pada suatu barang atau jasa, terkadang menggiring para pengusaha untuk komitmen melakukan usahanya.

Komitmen berkaitan dengan sikap, perilaku dan rasa dari pengusaha untuk memiliki usahanya yang kuat dalam mencapai tujuan perusahaan (Muda & Rahman, 2016). Hal ini memiliki makna bahwa komitmen dari pengusaha mampu menghantarkan pengusaha menuju kinerja terbaiknya melalui tujuan organisasi. Komitmen ini berkaitan dengan perilaku dari pengusaha kepada organisasi atau bisnis yang dilakukannya. Komitmen dalam industri bisnis erat kaitannya dengan konsistensi bisnis (Hayton, 2003). Konsistensi ini berkaitan erat dengan kesetiaan pengusaha dalam menjalankan bisnisnya tanpa berganti jenis usaha. Sehingga konsisten dalam menjalankan usahanya. Berkaitan dengan perilaku pengusaha, komitmen selalu bicara terkait tiga hal yaitu *affective*, *continuance* dan *normative* (Safari, Salehzadeh, Panahi, & Abolghasemian, 2018). Setidaknya melalui komitmen dari pengusaha, pada akhirnya mampu mempengaruhi kinerja bisnis.

Pada industri jasa secara umum, komitmen dari pengusaha digunakan dengan alasan dalam meningkatkan keuntungan (Abosag & Lee, 2013), baik *intangibel* atau *tangible*. Selain itu, dikatakan bahwa komitmen merupakan dasar dari kepercayaan dari pengusaha (Degli Antoni & Grimalda, 2016). Sehingga dalam meningkatkan kinerja perusahaan tidak hanya dari kepercayaan juga diperlukan komitmen pengusaha. Pada berapa kasus komitmen jadi dasar untuk menjalin hubungan, seperti hubungan bisnis (Lombart & Louis, 2014). Karena dengan komitmen diketahui keberlanjutan bisnis antar pengusaha atau dengan para konsumennya. Karena komitmen bicara terkait keeratn hubungan satu sama lain (Alamsyah, 2016). Berkaitan dengan pengembangan hubungan baik untuk bisnis dan dengan konsumen, para pengusaha sejatinya perlu fokus pada beberapa tahapan yaitu *awareness*, *exploration*,

expansion, *commitment* dan *dissolution* (Robert Dwyer, 1987). Komitmen nyata menjadi salah satu tahapan penting dalam menjalin hubungan. Sehingga sangat penting dimiliki juga oleh para pengusaha, termasuk pengusaha kecil dalam menjalankan bisnis melalui komitmen pengusaha. Komitmen yang dimaksud adalah fokus pada usaha yang ditekuninya, serta fokus pada strategi yang dijalankannya. Dengan tujuan akhir pada kinerja bisnis dan keberlanjutan bisnisnya. Perlu diketahui bahwa komitmen dapat dinilai oleh beberapa faktor yaitu komitmen afektif, komitmen berkesinambungan dan komitmen normatif (Murty & Hudiwinarsih, 2012)

Jiwa Ambisius

Jiwa ambisius pengusaha sejatinya dapat ditemukenal dari tingkat pengetahuan yang telah didapatnya (Gundry & Welsh, 2001), artinya bahwa tingkat pendidikan pengusaha memiliki dukungan yang kuat pada tingkat ambisius pengusaha dalam melakukan bisnis. Dari beberapa kajian sebelumnya diketahui bahwa jiwa ambisius menentukan keberhasilan dalam menjalankan bisnis (Hermans et al., 2015), karena ambisius cenderung menghantarkan pengusaha untuk fokus pada bisnisnya menjadi sukses. Pengusaha sejati sejatinya tidak mampu berbisnis dengan baik dan mencapai kinerjanya tanpa dukungan dari jiwa ambisius, karena jiwa ambisius merupakan dasar dari kemauan pengusaha dalam menjalankan bisnis (Sidiqqoh & Alamsyah, 2017).

Pada industri jasa, ambisius pengusaha sangat nampak dari tata kelola manajemen yang mengandalkan kekompakan tim (Hermans et al., 2015). Artinya bahwa jiwa ambisius muncul bukan hanya dari pimpinan atau pengusaha tetapi dari setiap SDM didalam organisasi. Jiwa ambisius berada didalam diri pengusaha (Ammeter, Douglas, Gardner, Hochwarter, & Ferris, 2002), dan tidak akan muncul dengan sendirinya, perlu dukungan. Untuk meningkatkan jiwa ambisius pengusaha dapat mengendalikan tingkat motivasi dalam berwirausaha (Dimitratos, Buck, Fletcher, & Li, 2016). Karena jika tidak memiliki motivasi berwirausaha, jiwa

ambisius dalam bersaing juga rendah. Hasilnya usaha dijalankan tidak optimal dan cenderung tidak menguntungkan.

Ambisius erat kaitannya dengan cita-cita dari pengusaha dalam menjalankan bisnis (Liu, 2012). Namun pada perusahaan, ambisius berhubungan dengan visi dan misi perusahaan. Sehingga visi dan misi perusahaan sangat mencerminkan jiwa pimpinan perusahaan dalam menjalankan perusahaan (Szczepeńska-Woszczyna, 2015). Jiwa ambisius dituangkan dalam sebuah keinginan yang ingin dicapai dalam bisnisnya. Hal ini sebagai tujuan perusahaan dalam menjalankan bisnis. Namun demikian tidak jarang jiwa ambisius lenyap dengan sendirinya, jika tidak didukung oleh motivasi pengusaha (Peng & Su, 2014). Motivasi pengusaha tergambar dalam orientasi kewirausahaan, dimana dapat dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan dapat menjadi modal awal dalam meningkatkan jiwa ambisius pengusaha dan meningkatkan kinerja bisnisnya (Sidiqqoh & Alamsyah, 2017).

Jiwa ambisius pengusaha sejatinya dapat ditemukannya dengan beberapa ukuran diantaranya karakter pengusaha dalam menyampaikan aspirasi bisnis. Selanjutnya kemahiran pengusaha dalam menentukan tujuan bisnisnya. Namun demikian jiwa tersebut tidak akan tumbuh dengan baik jika tidak didukung dengan harapan pengusaha dalam berbisnis (Hermans et al., 2015).

Orientasi Kewirausahaan

Dalam strategi orientasi pada bidang manajemen kewirausahaan, dikenal istilah orientasi kewirausahaan (Filser, Eggers, Kraus, Orientation, & Orienta-, 2014). Strategi ini dikembangkan bukan hanya untuk wirausaha juga untuk manajemen perusahaan yang meniru gaya wirausaha (Alegre & Chiva, 2013). Orientasi kewirausahaan dikembangkan dengan tujuan utama pada peningkatan kinerja perusahaan dan perkembangan perusahaan (Naldi, Nordqvist, Sjöberg, & Wiklund, 2007).

Penelitian terkait kewirausahaan telah dibahas oleh banyak penelitian belakangan ini. Sehingga tidak ada definisi tetap terkait orientasi kewirausahaan (Filser et

al., 2014). Secara umum dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan berkaitan erat dengan aktifitas individu dalam mencari peluang bisnis dengan meningkatkan nilai dari risiko yang akan terjadi melalui berbagai inovasi (Hughes & Morgan, 2007). Hal ini bermakna bahwa orientasi kewirausahaan berkaitan dengan tiga hal yaitu peningkatan nilai, risiko dan inovasi yang dilakukan tentunya oleh pengusaha. Seorang pengusaha yang telah menentukan orientasi kewirausahaan disinyalir mampu mengidentifikasi peluang pasar dan mengeksplorasi melalui sumber daya yang dimiliki (Filser et al., 2014). Sehingga tidak jarang orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan pertumbuhan bisnis (Frank, Kessler, & Fink, 2010).

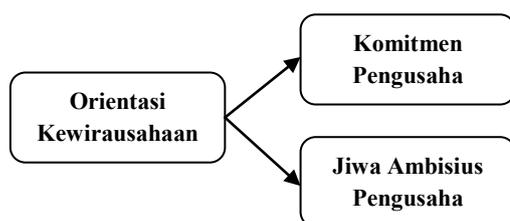
Pada prakteknya, orientasi kewirausahaan dikendalikan oleh tiga hal utama yaitu *proactiveness*, *innovativeness*, dan *risk-taking*. Konsep tersebut telah diungkapkan oleh Miller diawal tahun sebelumnya yaitu 1983 (Filser et al., 2014). Saat ini konsep tersebut masih digunakan berkaitan dengan tingkat orientasi kewirausahaan dengan mengutamakan kepiawaiannya dari pengusaha (Keil, Maula, & Syrigos, 2015). Artinya bahwa, tiga konsep dari orientasi kewirausahaan tidak akan berjalan dengan baik, jika pengusaha tidak mengimplementasikannya dengan baik.

Proactive sebagai salah satu orientasi kewirausahaan menekankan pada tingkat aktifitas pengusaha dalam melihat kompetitornya (Bello, Radulovich, Javalgi, Scherer, & Taylor, 2015). Jiwa ini menekankan pengusaha untuk terus mengimbangi kompetitor bahkan mengungguli semua yang dilakukan oleh kompetitor bisnisnya. Selain itu perlu dukungan *innovation*, dimana inovasi merupakan kemampuan pengusaha memberikan penawaran produk atau jasa kepada konsumen berbeda dan lebih unggul dari produk atau jasa pesang (Hallbäck & Gabrielsson, 2013). Inovasi menekankan pada proses kreatifitas perusahaan yang dikendalikan oleh para pengusaha. Diakhir yang perlu dilakukan oleh pengusaha adalah *risk-taking* atas segala hal yang menguntungkan bahkan tidak menguntungkan bagi perusahaan (Kreiser, Marino, Kuratko, & Weaver,

2013). Hal ini berkaitan dengan kemampuan pengusaha mengelola semua risiko yang akan terjadi. Perkembangan saat ini, pengusaha menggunakan semua halnya dalam pengambilan keputusan, sehingga disinyalir sifat *autonomy* dari pengusaha juga menjadi ukuran orientasi kewirausahaan (Hughes & Morgan, 2007). Seperti agresifitas dari pengusaha dalam melihat peluang bisnis (Filsler et al., 2014). Melalui orientasi kewirausahaan, disinyalir perusahaan akan mendapat keuntungan bisnis dari persaingan bisnis. Disamping itu, orientasi kewirausahaan juga mampu meningkatkan gairah bisnis pengusaha melalui komitmen (F-Jardon & Martos, 2009) dan ambisius pengusaha (Gundry & Welsch, 2001).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan data bersumber dari kuesioner. Kuesioner disebar kepada 200 responden yaitu usaha kecil di Kota Bandung dengan *survey* langsung. Kuesioner dibagikan secara acak dan penelitian ini termasuk pada penelitian eksperimen, untuk menguji hubungan variabel yaitu komitmen pengusaha, jiwa ambisius pengusaha dan orientasi kewirausahaan pada usaha kecil di Kota Bandung. Analisis data dilakukan dengan SmartPLS. Adapun model penelitian yang dibentuk tergambar pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

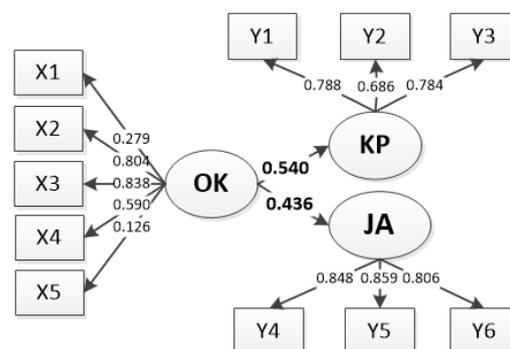
Dalam menguji model penelitian, ditetapkan uji hipotesis sebagai berikut:

- H1. Orientasi kewirausahaan memiliki hubungan dengan komitmen pengusaha.
- H2. Orientasi kewirausahaan memiliki hubungan dengan komitmen pengusaha.

PEMBAHASAN

Hasil Pengolahan Data

Survey kepada pengusaha kecil di Kota Bandung dilakukan pada tahun 2017, dengan rentang waktu dari bulan Agustus sampai Desember. Dari 200 kuesioner yang disebar, hanya 133 yang valid data kuesionernya. Dari data tersebut dilakukan pengolahan melalui SmartPLS mengingat jumlah kuesioner dibawah 200. Adapun hasil uji korelasi, ditemukan model sebagai berikut yang nampak pada Gambar 2.



Gambar 2. Correlation Values

Hasil penelitian ditemukan adanya hubungan orientasi kewirausahaan (OK) dengan komitmen pengusaha (KP) sebesar 0.540. Disamping itu, orientasi kewirausahaan juga memiliki hubungan dengan jiwa ambisius (JA) sebesar 0.436. Mengingat penelitian ini dilakukan uji hipotesis, berikut hasil uji hipotesis yang tergambar hasilnya pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	t-value	Hasil
OK→KP H1	7.576	Diterima
OK→JA H2	4.525	Diterima

Berdasarkan hasil uji hipotesis, semua hipotesis diterima, mengingat nilai t-value diatas 1.69. Hal ini menandakan bahwa sampel penelitian dapat digeneralisasi untuk populasi yaitu usaha kecil di Kota Bandung.

Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Komitmen Pengusaha

Telah diketahui sebelumnya bahwa orientasi kewirausahaan memiliki hubungan dengan komitmen pengusaha.

Hal ini berarti bahwa komitmen pengusaha akan meningkat, jika orientasi kewirausahaan pengusaha meningkat. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan, pada akhirnya dapat mendukung kinerja pengusaha melalui komitmen pengusaha. Temuan ini sejalan dengan kajian sebelumnya dari Javalgi & Todd (2011), yang membedakan adalah onjek penelitian dan area penelitian. Sehingga hasil temuan ini semakin menyempurnakan temuan sebelumnya. Artinya bahwa untuk beberapa kawasan di dunia, orientasi kewirausahaan dari pengusaha dibutuhkan dalam menopang komitmen pengusaha dalam berbisnis. Komitmen pengusaha dibentuk oleh beberapa hal penting, dalam penelitian ini yang menjadi penopang utama komitmen pengusaha adalah komitmen afektif, komitmen berkesinambungan dan komitmen normatif. Komitmen afektif pengusaha kecil nampak pada kegiatan yang fokus pada usaha, dimana tidak berubah semua kegiatan usahanya sejak lama. Sedangkan komitmen normatif nampak dari pandangan pengusaha kecil yang beranggapan semua usaha sama hasilnya jika dilakukan secara fokus. Namun demikian dalam komitmen pengusaha lebih dibutuhkan komitmen berkesinambungan, yaitu terus berusaha pada usaha yang sama, tidak pernah mencoba usaha lain sebelum usaha yang dilakukan mendapatkan hasil yang lebih baik. Komitmen pengusaha pada akhirnya mampu menghantarkan kesuksesan bisnis, nampak dari beberapa perkembangan usaha kecil di Kota Bandung.

Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Jiwa Ambisius Pengusaha

Orientasi kewirausahaan selain berdampak pada peningkatan komitmen pengusaha, juga memiliki pengaruh pada jiwa ambisius pengusaha. Nampak dari Gambar 2 dan uji hipotesis (H2) bahwa jiwa ambisius memiliki korelasi yang cukup baik. Sehingga dapat diintisari bahwa jiwa ambisius pengusaha akan terus meningkat jika pengusaha terus meningkatkan orientasi kewirausahaan. Kerena pada akhirnya mampu meningkatkan kinerja pengusaha.

Dalam jiwa ambisius pengusaha, terdapat beberapa faktor pendukung yaitu aspirasi, tujuan dan harapan. Faktor ini tergambar dari kemauan pengusaha dalam menyalurkan aspirasi yang dimiliki melalui usahanya, guna memaksimalkan usaha yang dilakukan sesuai dengan minatnya. Dilanjutkan dengan kemahiran pengusaha dalam menanamkan tujuan bisnis. Karena tidak jarang pengusaha kecil di Kota Bandung yang bingung dengan tujuan bisnisnya. Diakhiri dengan harapan yang selalu dikumpulkan, harapan ini merupakan cita-cita atau sebuah doa yang selalu dituju oleh pengusaha. Karena pengusaha terkadang tergoyang mnat berwirausaha, dan hanya cita-cita atau doa yang selalu memantapkan minat dalam berwirausaha.

Hasil penelitian ini nampak sejalan dengan kajian sebelumnya dari Gundry & Welsch (2001). Namun demikian jika dikaji lebih dalam nampak hubungan dari orientasi kewirausahaan dengan jiwa ambisius pengusaha tidak sebesar pada komitmen pengusaha. Menelaah dari kajian tersebut dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan lebih dominan dalam meningkatkan komitmen pengusaha, dibandingkan jiwa ambisius. Meskipun keduanya memiliki hubungan yang baik. Serta kemampuan orientasi kewirausahaan sebagai basis pengendalian komitmen pengusaha. Sehingga *novelty* terpenting dari penelitian ini adalah komitmen pengusaha yang berbasiskan orientasi kewirausahaan.

Temuan ini tentunya memiliki manfaat bagi pememintah Jawa Barat khususnya, dimana memiliki visi yang salah satunya peningkatan UMKM. Dengan saran perlu implementasi orientasi kewirausahaan dalam upaya-upaya pelatihan untuk UMKM diwilayahnya. Juga untuk pada pengusaha kecil, dimana perlu terus mengasah kemampuan, yang diutamakan dari orientasi kewirausahaan, yaitu perlu melakukan proaktif dalam melihat pesaing, inovasi dalam menciptakan produk, berani mengambil risiko, agresif melihat peluang pasar dan tidak ragu dalam mengambil keputusan bisnis.

PENUTUP

Hasil penelitian telah dikemukakan bahwa terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan pada komitmen pengusaha dan jiwa ambisius pengusaha. Pengusaha perlu mengedepankan orientasi kewirausahaan yang berlandaskan jiwa proaktif, *risk-taking*, inovatif, agresif dan *autonomy*. Sejatinya diketahui bila komitmen pengusaha dan jiwa ambisius meningkat mampu mendorong kinerja bisnis.

Penelitian ini memiliki batasan, dimata dimana tidak dilakukan pengukuran orientasi kewirausahaan berdasarkan jenis kelamin pengusaha dan tingkat pendidikan. Karena diyakini keduanya memiliki perbedaan. Serta perlu diperluas jangkauan penelitian pada seluruh UMKM, bukan hanya pengusaha kecil.

REFERENSI

- Abosag, I., & Lee, J. W. (2013). The formation of trust and commitment in business relationships in the Middle East: Understanding Et-Moone relationships. *International Business Review*, 22(3), 602–614. <http://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2012.09.002>
- Agustina, T. S. (2011). Peran Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Dalam Meminimalkan Resiko Kegagalan Bagi Wirausaha Baru Pada Tahap Awal (Start-Up). *Majalah Ekonomi*, (1), 64–74. Retrieved from <http://journal.lib.unair.ac.id/index.php/ME/article/view/834/829>
- Alamsyah, D. P. (2016). Green Marketing Strategy: Hubungan Green Perceived Value dan Green Trust. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 6(1), 1–16. Retrieved from <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/idaroh/article/view/787>
- Alegre, J., & Chiva, R. (2013). Linking Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Organizational Learning Capability and Innovation Performance. *Journal of Small Business Management*, 51(4), 491–507. <http://doi.org/10.1111/jsbm.12005>
- Ammeter, A. P., Douglas, C., Gardner, W. L., Hochwarter, W. A., & Ferris, G. R. (2002). Toward a political theory of leadership. *The Leadership Quarterly*, 13(6), 751–796. [http://doi.org/10.1016/S1048-9843\(02\)00157-1](http://doi.org/10.1016/S1048-9843(02)00157-1)
- Bello, D. C., Radulovich, L. P., Javalgi, R. (Raj) G., Scherer, R. F., & Taylor, J. (2015). Performance of professional service firms from emerging markets: Role of innovative services and firm capabilities. *Journal of World Business*, 51(3), 413–424. <http://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.11.004>
- Ciasullo, M. V., & Troisi, O. (2013). Sustainable value creation in SMEs: a case study. *The TQM Journal*, 25(1), 44–61. <http://doi.org/10.1108/17542731311286423>
- Degli Antoni, G., & Grimalda, G. (2016). Groups and trust: Experimental evidence on the Olson and Putnam hypotheses. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 61, 38–54. <http://doi.org/10.1016/j.socec.2016.01.006>
- Dimitratos, P., Buck, T., Fletcher, M., & Li, N. (2016). The Motivation of International Entrepreneurship: The case of Chinese Transnational Entrepreneurs. *International Business Review*, (2015), 1–11. <http://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.01.012>
- F-Jardon, C. M., & Martos, M. S. (2009). Intellectual capital and performance in wood industries of Argentina. *Journal of Intellectual Capital*, 10(4), 600–616. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.11.024>
- Filser, M., Eggers, F., Kraus, S., Orientation, E., & Orienta-, C. (2014). The effect of financial resource availability on entrepreneurial orientation, customer orientation and firm performance in an international context: an empirical analysis from Austria and. *Journal for East European Management*

- Studies*, 19(1), 7–30.
<http://doi.org/10.1688/JEEMS-2014-01-Filser>
- Frank, H., Kessler, A., & Fink, M. (2010). Entrepreneurial Orientation and Business Performance - A Replication Study. *Schmalenbach Business Review*, 62, 175–198.
- Gundry, L. K., & Welsch, H. P. (2001). the Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Enterprises. *Journal of Business Venturing* 16, 16(312), 453–470.
[http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00059-2](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00059-2)
- Hallbäck, J., & Gabrielsson, P. (2013). Entrepreneurial marketing strategies during the growth of international new ventures originating in small and open economies. *International Business Review*, 22(6), 1008–1020.
<http://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.02.006>
- Hasibuan, S. (2015). SMEs Development Strategy for Competitive and Sustainable Typical Local Snacks of Banten Province. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 5(6), 410–414.
- Hayton, J. C. (2003). Strategic Human Capital Management In SMEs: An Empirical Study of Entrepreneurial Performance. *Human Resource Management*, 42(4), 375–391.
<http://doi.org/10.1002/hrm.10096>
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., van Witteloostuijn, A., Dejardin, M., Ramdani, D., & Stam, E. (2015). Ambitious Entrepreneurship: A Review of Growth Aspirations, Intentions, and Expectations. *Entrepreneurial Growth: Individual, Firm, and Region*, 127–160.
<http://doi.org/10.1108/S1074-754020150000017011>
- Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing The Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Business Performance at The Embryonic Stage of Firm Growth. *Industrial Marketing Management*, 36, 651–661.
- Iturrioz, C., Aragón, C., & Narvaiza, L. (2014). How to Foster Shared Innovation Within SMEs' Networks: Social Capital and The Role of Intermediaries. *European Management Journal*, 33(2), 104–115.
<http://doi.org/10.1016/j.emj.2014.09.003>
- Javalgi, R. G., & Todd, P. R. (2011). Entrepreneurial Orientation, Management Commitment, And Human Capital: The Internationalization of SMEs In India. *Journal of Business Research*, 64(9), 1004–1010.
<http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.11.024>
- Keil, T., Maula, M., & Syrigos, E. (2015). CEO Entrepreneurial Orientation, Entrenchment, and Firm Value Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1–30.
- Kreiser, P. M., Marino, L. D., Kuratko, D. F., & Weaver, K. M. (2013). Disaggregating Entrepreneurial Orientation: The Non-Linear Impact of Innovativeness, Proactiveness And Risk-Taking on SME Performance. *Small Business Economi*, 273–291.
<http://doi.org/10.1007/s11187-012-9460-x>
- Liu, C. (2012). The myth of informatization in rural areas: The case of China's Sichuan province. *Government Information Quarterly*, 29(1), 85–97.
<http://doi.org/10.1016/j.giq.2011.06.002>
- Lombart, C., & Louis, D. (2014). A study of the impact of Corporate Social Responsibility and price image on retailer personality and consumers' reactions (satisfaction, trust and loyalty to the retailer). *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 630–642.
<http://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.11.009>
- Muda, S., & Rahman, M. R. C. A. (2016). Human Capital in SMEs Life Cycle Perspective. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 683–689.
<http://doi.org/10.1016/S2212->

- 5671(16)00084-8
- Murty, W. A., & Hudiwinarsih, G. (2012). Pengaruh Kompensasi, Motivasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Surabaya). *The Indonesian Accounting Review*, 2(2), 215–228.
<http://doi.org/10.14414/tiar.v2i02.97>
- Naldi, L., Nordqvist, M., Sjöberg, K., & Wiklund, J. (2007). Entrepreneurial Orientation, Risk Taking, and Performance in Family Firms. *Family Business Review*, 20(1), 33–47.
- Peng, M. W., & Su, W. (2014). Cross-listing and the scope of the firm. *Journal of World Business*, 49(1), 42–50.
<http://doi.org/10.1016/j.jwb.2012.11.002>
- Rasul, D. (2013). Pelaksanaan Pendidikan Karakter, Ekonomi Kreatif, Dan Kewirausahaan Dalam Belajar Aktif di SMK. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 1(19), 77–93.
- Robert Dwyer, F. P. H. S. and S. O. (1987). Buyer-Seller Developing Relationships. *American Journal of Marketing*, 51(2), 11–27.
<http://doi.org/10.2307/1251126>
- Safari, A., Salehzadeh, R., Panahi, R., & Abolghasemian, S. (2018). Multiple pathways linking environmental knowledge and awareness to employees' green behavior. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, CG-08-2016-0168.
<http://doi.org/10.1108/CG-08-2016-0168>
- Saputro, J. W., Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., & Budi, I. (2010). Peta Rencana (Roadmap) Riset Enterprise Resource Planning (ERP) dengan Fokus Riset Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) di Indonesia. *Journal of Information Systems*, 6(2), 140–145.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2007). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Entrepreneurship*, 171–184. Retrieved from <http://books.google.com/books?id=2v-aWpdgoPQC&pgis=1>
- Sidiqqoh, S. A., & Alamsyah, D. P. (2017). Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Melalui Kajian Komitmen dan Ambisius Pengusaha. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 250–256.
- Suci, R. P. (2009). Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 46–58.
- Susilo, Y. S. (2010). Strategi meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi implementasi CAFTA dan MEA. *Buletin Ekonomi*, 8(2), 70–78.
- Szczepańska-Woszczyna, K. (2015). Leadership and Organizational Culture as the Normative Influence of Top Management on Employee's Behaviour in the Innovation Process. *Procedia Economics and Finance*, 34(15), 396–402.
- Urfa, V. H., Handayani, S. R., & Hidayat, R. R. (2013). Efektifitas Penggunaan Kredit Program Kemitraan BUMN Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Program Kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Sub Area Malang Untuk Industri Sari Apel Brosem Kota Batu). *Jurnal Adminstrasi Bisnis*, 6(1), 1–10.
- Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian Pada Peran Serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4), 27–39.
- Zailani, S. H. M., Eltayeb, T. K., Hsu, C.-C., & Tan, K. C. (2012). The impact of external institutional drivers and internal strategy on environmental performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 32(6).
<http://doi.org/10.1108/01443571211230943>