

## **THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON BUSINESS GROWTH: THE MEDIATING ROLE OF BUSINESS PERFORMANCE**

Franz Jun Harbin<sup>1)</sup>, Fahrul Riza<sup>2)\*</sup>

<sup>1)</sup> Universitas Bunda Mulia, Jakarta

<sup>2)</sup> Universitas Bunda Mulia, Jakarta

\*e-mail: friza@bundamulia.ac.id

### **ABSTRACT**

This study examines the relationship between entrepreneurial orientation and business growth with the mediating role of sustainable and market performance in food and beverage of micro and small businesses. The study developed and empirically tested a structural model using data collected from the micro and small business entrepreneurs responsible for the day-to-day operations of the business located in Tangerang city and its surrounding area. The results show that entrepreneurial orientation positively affects business growth in emerging markets. Further, sustainability and market performance partially mediated the indirect relationship between entrepreneurial orientation and business growth. This study makes a novel contribution to the entrepreneurial orientation and business performance literature as it finds evidence that business performance is an effective way to transmit the firm's entrepreneurial orientation into business performance and to support the growth of micro and small firm assets. To grow, micro and small business managers need to have a proactive, innovative and risk-taking attitude in running a business. In addition, for businesses to have positive and consistent growth, business managers need to monitor business sustainability performance and market performance.

**Keywords:** Entrepreneurial orientation, Sustainable Performance, Market Performance, Business Growth, Micro and Small Business

## **2. PENDAHULUAN**

Pertumbuhan usaha merupakan indikator yang mencerminkan keberhasilan usaha selain dari kinerja usaha (Stenholm et al., 2016). Namun sayangnya pertumbuhan usaha masih jarang diangkat sebagai topik pembahasan di dalam riset manajemen strategi.

Pertumbuhan usaha menggambarkan akumulasi aset usaha dari waktu ke waktu yang diperoleh dari keuntungan yang diinvestasikan kembali atau dari hutang. Stenholm et al. (2016) menyatakan bahwa keberlanjutan usaha sebagai sumber mata pencaharian dari satu generasi ke generasi sangat bergantung kepada pertumbuhan usaha.

Pertumbuhan usaha sebagai parameter kesuksesan suatu usaha akan memberikan eksternalitas positif pada perekonomian khususnya dalam hal penciptaan lapangan kerja. Sehingga pembahasan tentang faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan usaha menjadi bahan penelitian yang menarik bagi para akademis dan pembuat kebijakan secara global (Cirillo et al., 2020).

Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan usaha (Stenholm et al., 2016). Orientasi kewirausahaan akan menentukan perilaku manajemen dalam menetapkan strategi jangka pendek dan jangka panjang usaha; gaya pengambilan keputusan; dan operasional perusahaan. Perilaku tersebut meliputi inovatif, proaktif, dan keberanian menghadapi risiko.

Pertumbuhan usaha juga dipengaruhi oleh kinerja berkelanjutan usaha (Das & Rangarajan, 2020; Gup& Gupta, 2020). Kinerja berkelanjutan adalah keberhasilan perusahaan dalam menjaga keseimbangan permintaan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Kinerja berkelanjutan merupakan penyeimbang untuk kinerja pasar, yaitu ukuran kesuksesan suatu usaha dalam hal memperoleh, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dari pelanggan dibanding kompetitornya (Tuominen et al., 2016).

UMKM mempunyai angka kontribusi yang tinggi terhadap perekonomian negara (Das & Rangarajan, 2020; M.P et al., 2017) dan global, Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2021), menyatakan UMKM berkontribusi rata-rata sebesar 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto sejak tahun 2010 hingga 2020.

Penelitian ini akan mengisi kekosongan celah penelitian sebelumnya dalam hal: pertama pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha pada literatur-literatur manajemen strategi. Ke dua, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja memang telah banyak dibahas, namun pengaruh orientasi kewirausahaan secara khusus terhadap kinerja keberlanjutan dan kinerja pasar di sektor usaha mikro dan kecil masih belum banyak dibahas (Das & Rangarajan, 2020; Gup& Gupta, 2020). . Ke tiga penelitian yang menguji pengaruh kinerja usaha terhadap pertumbuhan usaha juga belum membahas secara spesifik pengaruh kinerja berkelanjutan dan kinerja pasar terhadap pertumbuhan usaha.

## **2. Tinjauan Literatur**

### **2.1 Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi kewirausahaan adalah karakter proaktif, inovatif dan berani mengambil resiko (Li & O'Connor, 2017; Stenholm et al., 2016; Zaato et al., 2020), dalam merencanakan dan menjalankan strategi usaha dengan tujuan untuk menciptakan daya saing (Mullens, 2018). Di dalam orientasi kewirausahaan diperoleh keputusan yang mencerminkan karakter proaktif, inovatif, dan berani dalam mengambil resiko.

Karakter proaktif berhubungan dengan sikap suatu perusahaan terhadap persaingan yang ditandai dengan adanya kombinasi strategi proaktif dan agresif, seperti menjadi pelopor dalam peluncuran produk baru sehingga membentuk pasar (Stenholm et al., 2016). Proses atau kontribusi yang dihasilkan oleh pengadopsian dan pengembangan ide-ide baru merupakan arti dari daya inovasi (Stenholm et al., 2016). Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan akan lebih berani mengambil resiko (Zaato et al., 2020).

### **2.2. Kinerja Keberlanjutan**

Kinerja keberlanjutan adalah hasil capaian kegiatan tanggung jawab sosial, yang dikategorikan dalam 2 dimensi, yaitu dimensi sosial dan dimensi lingkungan.

Keberagaman dalam lingkungan kerja (*workforce diversity*) menjadi bagian dari dimensi sosial. Indikatornya seperti proporsi pekerja wanita, proporsi pekerja dari kaum minoritas, keseimbangan upah antara pekerja pria dan wanita (Das & Rangarajan, 2020). Indikator berikutnya adalah standar perlindungan kesehatan dan keamanan perusahaan (*organizational health and safety*).

Dimensi lingkungan adalah dimensi berikutnya dari kinerja keberlanjutan. Terdiri dari faktor-faktor seperti keramahan lingkungan, kontrol polusi dan emisi gas, penanganan limbah seperti penyaringan air sebelum dibuang (Das & Rangarajan, 2020).

Mayoritas literatur akademik sebelumnya menggunakan istilah “CSR” (*corporate social responsibility*) untuk mendefinisikan kegiatan perlindungan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Di penelitian-penelitian terbaru, istilah “CS” (*corporate sustainability*) lebih populer digunakan karena memiliki perspektif yang lebih luas dalam cakupan kegiatan sosial-ekonomi, etika, dan pengelolaan serta memiliki peran integral dalam keseluruhan strategi bisnis (Das & Rangarajan, 2020).

Aspek keberlanjutan menjadi komponen yang diertimbangkan dalam mengambil keputusan strategi bisnis saat ini telah dan juga dalam pelaporan dan audit. Hal ini menunjukkan semakin pentingnya *corporate sustainability* terhadap perusahaan (Das & Rangarajan, 2020).

### **2.3. Kinerja Pasar**

Tingkat kesuksesan suatu badan usaha dalam hal akuisisi pelanggan baru, retensi pelanggan yang sudah ada dan mencapai kepuasan pelanggan secara relatif dibanding kompetitor-kompetitornya merupakan definisi dari *market performance* (Tuominen et al., 2016). *Market performance* dapat dinilai dari pertumbuhan market, profitabilitas usaha, loyalitas dan juga retensi pelanggan (Li & O’Connor, 2017).

### **2.4. Pertumbuhan Bisnis**

Meskipun relatif banyaknya penelitian yang menghubungkan antara *sustainability performance* dengan *business performance* secara keseluruhan, data-data penelitian secara mayoritas hanya diambil dari perusahaan-perusahaan besar (Das & Rangarajan, 2020). Das dan Rangarajan (2020) melakukan penelitian terhadap pertumbuhan pada usaha mikro dan kecil dikarenakan masih terbatasnya penelitian *business performance* pada UMK.

Dalam penelitiannya, Das dan Rangarajan (2020) menemukan bahwa *financial performance* merupakan variabel yang diakui mampu mewakili penilaian keseluruhan terhadap *business growth* usaha mikro dan kecil. Terdapat dua indikator utama yang dapat menunjukkan *financial performance* dari suatu perusahaan yaitu *sales growth* dan *profitability* (Das & Rangarajan, 2020). Kedua indikator tersebut akan digunakan dalam penelitian ini.

#### **2.4.1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Keberlanjutan**

Menurut Mullens (2018), perusahaan yang proaktif akan berinisiatif untuk mencari tahu preferensi pelanggan mengenai kegiatan perlindungan sosial dan lingkungan dan menghasilkan *return* positif. Selain itu, inovasi juga diperlukan perusahaan untuk merumuskan kebijakan, prosedur, struktur dan produk sehingga mampu menjawab keinginan dan kebutuhan dari pelanggan serta memberi dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan sosial (Mullens, 2018). Peningkatan terhadap orientasi kewirausahaan akan memberikan dampak positif terhadap kinerja keberlanjutan (Mullens, 2018).

H1: Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja keberlanjutan.

#### **2.4.2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pasar**

Li dan O’Connor (2017) menemukan bahwa dari tiga elemen orientasi kewirausahaan yang disebutkan di atas, karakter proaktif memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja pasar,

elemen inovatif dan keberanian mengambil risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.

H2: Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja pasar.

#### 2.4.3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Bisnis

Dalam penelitiannya mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan bisnis keluarga dan bisnis non keluarga, Stenholm (2016) menemukan bahwa karakter proaktif dari orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kedua jenis bisnis tersebut. Karakter inovasi dari orientasi kewirausahaan hanya berpengaruh terhadap bisnis keluarga, sebaliknya karakter keberanian mengambil risiko hanya berpengaruh terhadap bisnis non keluarga (Stenholm et al., 2016).

H3: Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan bisnis

#### 2.4.4. Pengaruh Kinerja Keberlanjutan Terhadap Pertumbuhan Usaha

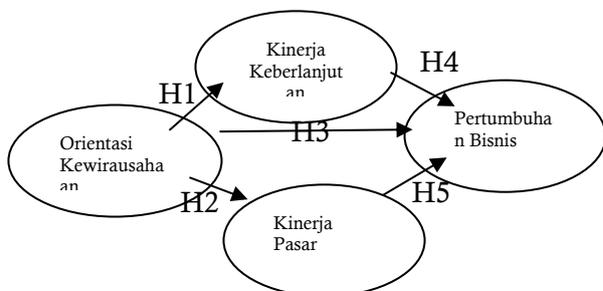
Hasil penelitian Das dan Rangarajan (2020) membuktikan bahwa kinerja keberlanjutan mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan bisnis pada usaha mikro dan kecil. Gupta dan Gupta (2020) juga menemukan adanya pengaruh signifikan dari kinerja keberlanjutan terhadap aspek pertumbuhan suatu usaha.

H4: Kinerja keberlanjutan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan bisnis.

#### 2.4.5. Pengaruh Kinerja Pasar terhadap Pertumbuhan Usaha

Perusahaan yang mampu memenangkan persaingan dalam hal menarik pelanggan dan juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada dari pesaing-pesaingnya akan menghasilkan pertumbuhan usaha yang positif (Tuominen et al., 2016). Melalui upaya mempertahankan dan mengakuisisi pelanggan, perusahaan akan menghasilkan keuntungan serta mendapatkan kompensasi terhadap kehilangan pelanggan yang dialami (Tuominen et al., 2016).

H5: Kinerja pasar memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan bisnis



**Gambar 1.** Kerangka Konseptual

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis eksplanatori, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan model analisis persamaan struktural. Data diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan skor skala respons Likert lima poin dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5).

#### 3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman di kota Tangerang. Sampel dipilih secara non-acak. Kriteria dalam pengambilan sampel yaitu usaha mikro dan kecil yang dipilih setidaknya sudah beroperasi selama lebih dari satu tahun. Responden dari kuesioner antara lain pemilik usaha, manajer, atau penanggung jawab dari usaha yang dijalankan. Sampel yang berhasil dihimpun sebanyak 103 sampel. Jumlah ini sudah memenuhi syarat untuk dianalisis menggunakan model persamaan struktural.

**Tabel 1. Sebaran sampel penelitian**

	<b>Kategori</b>	<b>Jumlah</b>
Lama usaha	1 – <3 tahun	10
	3 - < 5 tahun	68
	> 5 tahun	25
Omset/th	≤ 300 juta	6
	300 juta - < 2,5 milyar	97
	> 2,5 milyar	-
Jumlah karyawan	5-10	5
	11-20	69
	20 ke atas	29
Total Perusahaan		103

### 3.3. Instrumen Pengukuran dan Pengujiannya.

Instrumen pengukuran diadopsi dari penelitian-penelitian terdahulu. Tabel 2 – 5 menampilkan seluruh instrumen penelitian yang digunakan dapat dilihat yang telah lolos uji validitas dengan batas ambang  $loading \geq 0,7$ , dan uji reliabilitas menggunakan nilai AVE  $> 0,5$ . Berdasarkan nilai loading dan AVE maka seluruh instrumen memenuhi kriteria uji validitas dan reliabilitas.

Orientasi kewirausahaan (OK) merujuk kepada Miller (1983) menggunakan tiga dimensi yang terintegrasi yaitu proaktif, inovatif dan berani mengambil resiko (Stenholm et al., 2016)

**Tabel 2. Pengujian Instrumen Orientasi Kewirausahaan**

<b>Instrumen</b>	<b>Loading</b>	<b>AVE</b>
Anda lebih aktif merencanakan rencana strategis terhadap perubahan situasi pasar-OK1	0,866	0,764
Anda lebih aktif mencari informasi mengenai kebutuhan dan kemauan konsumen-OK2	0,867	
Anda banyak melakukan inovasi-inovasi menu makanan-OK3	0,893	
Anda berani bereksperimen, tidak takut gagal-OK4	0,848	
Anda berani melakukan improvisasi meski peluang keberhasilannya kecil-OK5	0,897	

Data diolah dengan SmartPLS 3

Kinerja berkelanjutan (KB) merujuk instrument Das dan Rangarajan (2020), Gupta dan Gupta (2020), Ikram et al. (2020), dan Phillips et al. (2019) berisi tujuh butir pertanyaan.

**Tabel 3. Pengujian Instrumen Kinerja Berkelanjutan**

<b>Instrumen</b>	<b>Loading</b>	<b>AVE</b>
------------------	----------------	------------

Perusahaan memperhatikan kebutuhan-kebutuhan sosial sekitar (KB1)	0,865	
Perusahaan memperbaiki kualitas sosial masyarakat sekitar (KB2)	0,727	0,773
Perusahaan memiliki program kerja sosial untuk masyarakat sekitar (KB3)	0,785	
Perusahaan melakukan upaya penghematan listrik (KB4)	0,802	
Perusahaan melakukan upaya penghematan air. (KB5)	0,848	
Perusahaan mengendalikan sampah dan limbah sisa proses makanan dan minuman (KB6)	0,767	

Data diolah dengan SmartPLS 3

Kinerja pasar (KP) sebagai sukses dalam kompetisi, berhasil dalam akuisisi konsumen dan juga mempertahankan konsumen diadaptasi dari Nuryakin & Ardyan, (2018); Tuominen et al., (2016), dan Salindal (2018).

**Tabel 4.** Pengujian Instrumen Kinerja Pasar

Instrumen	Loading	AVE
Bisnis saya sukses menandingi pesaing (KP1)	0,925	
Bisnis saya mudah mendapatkan pelanggan baru (KP2)	0,913	
Bisnis saya mampu mempertahankan pelanggan lama (KP3)	0,798	0,640
Bisnis saya mendapatkan respon positif dari pelanggan (KP4)	0,875	

Data diolah dengan SmartPLS 3

Pertumbuhan bisnis (PB) didefinisikan sebagai peningkatan penjualan dan keuntungan keuangan perusahaan, pangsa pasar yang meluas, posisi pasar yang meningkat dan juga jumlah karyawan yang bertambah juga digunakan sebagai indikator pertumbuhan usaha (Das & Rangarajan, 2020).

**Tabel 5.** Pengujian Instrumen Kinerja Pasar

Instrumen	Loading	AVE
Omset mengalami peningkatan. (PB1)	0,927	
Pangsa pasar bertambah (PB2)	0,893	
Keuntungan usaha meningkat (PB3)	0,943	
Aset usaha bertambah (PB4)	0,924	0,806
Jumlah karyawan meningkat (PB5)		

Data diolah dengan SmartPLS 3

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Statistik Deskriptif

Tabel 6 merangkun statistik deskriptif untuk dari setiap indikator.

**Tabel 6.** Statistik Deskriptif

	Mean	Min	Max	Standard Deviation
OK1	3,660	1	5	0,770
OK2	3,767	2	5	0,838
OK3	3,767	2	5	0,947
OK4	3,117	1	5	1,160

OK5	3,680	2	5	1,054
KB1	3,214	1	5	1,049
KB2	2,078	1	5	1,138
KB3	2,515	1	5	1,023
KB4	2,670	1	5	0,939
KB5	4,223	3	5	0,775
KB6	4,214	3	5	0,784
KB7	4,369	3	5	0,710
KP1	3,913	2	5	0,871
KP2	3,990	2	5	0,818
KP3	3,621	2	5	0,802
KP4	4,010	2	5	0,806
KP5	1,757	1	4	0,630
PB1	3,650	1	5	1,021
PB2	3,505	2	5	0,933
PB3	3,602	1	5	1,126
PB4	3,359	1	5	0,994
PB5	2,641	1	5	1,328

Data diolah dengan SPSS 25

Rata-rata untuk orientasi kewirausahaan 3,59 mengindikasikan bahwa para pelaku usaha memiliki kemampuan orientasi kewirausahaan yang masih moderate. Kinerja berkelanjutan memiliki nilai rata-rata 3,32 mengindikasikan bahwa kinerja berkelanjutan pada perusahaan yang menjadi sampel masih cukup rendah dan masih perlu banyak peningkatan. Demikian juga dengan kinerja pasar yang memiliki nilai rata-rata 3,45 tergolong masih berada pada tingkat yang cukup, masih perlu banyak ditingkatkan.

#### 4.2. Pengujian Hipotesis

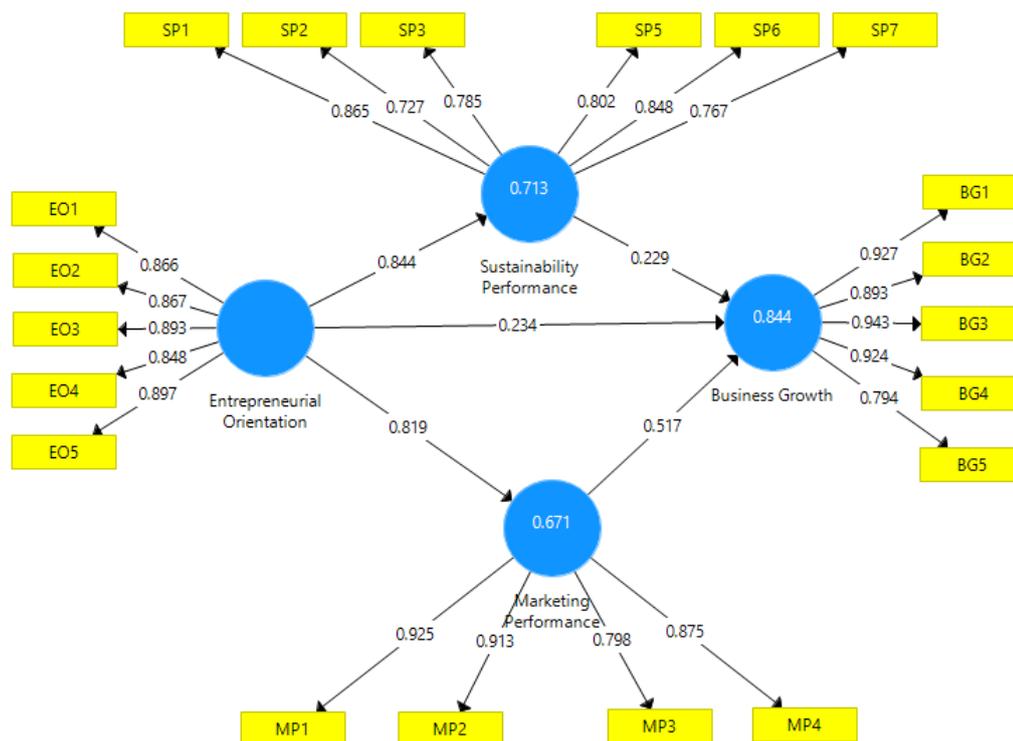
Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keseluruhan hipotesis penelitian diterima pada alpha 0.05 (Tabel 7). Dengan jumlah sampel sebanyak 103 responden maka nilai t-tabel yang digunakan adalah 1,98326.

**Tabel 7. Hasil pengujian hipotesis**

<i>Jalur</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>
<i>Orientasi Kewirausahaan</i>	→ 0,844	0,846	0,025	34,309	0,000
<i>Kinerja Keberlanjutan</i>					
<i>Orientasi Kewirausahaan</i>	→ 0,819	0,820	0,030	27,087	0,000
<i>Kinerja pasar</i>					
<i>Orientasi Kewirausahaan</i>	→ 0,234	0,239	0,080	2,940	0,003
<i>Pertumbuhan Bisnis</i>					

<i>Kinerja Keberlanjutan</i> → <i>Pertumbuhan Bisnis</i>	0,229	0,230	0,068	3,361	0,001
<i>Kinerja Pasar</i> → <i>Pertumbuhan Bisnis</i>	0,517	0,512	0,067	7,734	0,000

Data diolah dengan SmartPLS 3



**Gambar 2.** Output Analisis SmartLPS

Hasil analisis jalur menunjukkan nilai p value untuk setiap hipotesis < 0,05 yang berarti kelima hipotesis alternatif penelitian dalam penelitian ini dapat diterima.

#### 4.2.1. Analisis Jalur

Pertumbuhan bisnis dipengaruhi secara parsial oleh orientasi kewirausahaan dengan koefisien jalur 0,234, kinerja keberlanjutan dengan koefisien jalur 0,229 dan kinerja pasar dengan koefisien jalur 0,525. Dengan memperhatikan nilai masing-masing jalur maka kinerja pasar merupakan variabel yang memiliki nilai paling besar dalam mempengaruhi pertumbuhan bisnis.

Orientasi kewirausahaan memiliki nilai koefisien jalur yang besar terhadap kinerja keberlanjutan dan kinerja pasar yaitu berturut-turut sebesar 0,844 dan 0,819.

#### 4.2.2. Analisis Mediasi

Kinerja keberlanjutan dan kinerja pasar memediasi pengaruh tidak langsung dari variabel orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha. Koefisien pengaruh melalui mediasi kinerja pasar adalah 0,423. Koefisien pengaruh orientasi kewirausahaan melalui kinerja keberlanjutan sebesar 0,193. Data tersebut dapat diinterpretasikan bahwa terdapat pengaruh positif pada hubungan tersebut dimana kenaikan nilai orientasi kewirausahaan akan menyebabkan kenaikan nilai pertumbuhan bisnis secara tidak langsung. Setiap kenaikan satu satuan dari orientasi kewirausahaan akan secara tidak langsung meningkatkan pertumbuhan bisnis sebesar 19,3 persen dengan standar deviasi sebesar 0,058.

Orientasi kewirausahaan secara langsung dan tidak langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis sebesar 0,851. Efek keseluruhan tersebut merupakan penjumlahan dari 23,4 persen pengaruh langsung dengan 61,7 persen pengaruh tidak langsung dari orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan bisnis.

#### **4.2.3. Analisis Koefisien Determinasi**

Pertumbuhan bisnis mempunyai nilai *R square* sebesar 0,844 dan *adjusted R square* sebesar 0,84 mengindikasikan kemampuan variabel orientasi kewirausahaan, kinerja berkelanjutan dan kinerja pasar baik dalam menjelaskan variasi nilai pada pertumbuhan bisnis.

Kinerja pasar mempunyai nilai *R square* sebesar 0,671 dan *adjusted R square* sebesar 0,668. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel eksogen menjelaskan sebesar kemampuan orientasi kewirausahaan dalam menjelaskan variasi nilai kinerja pasar sedang. Begitu juga kemampuan orientasi kewirausahaan dalam menjelaskan variasi nilai kinerja berkelanjutan dapat dikatakan sedang, dengan nilai *R square* dari kinerja keberlanjutan adalah 0,713 dengan nilai *adjusted R square* sebesar 0,71.

### **4.3 Pembahasan**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja keberlanjutan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki usaha mikro dan kecil di bidang produksi makanan dan minuman, maka semakin tinggi pula kinerja keberlanjutan dari usaha tersebut. Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian Mullens (2018). Karakter proaktif, inovatif dan berani mengambil resiko dari suatu usaha akan memberikan dorongan positif terhadap pertumbuhan kinerja keberlanjutan dari usaha yang dijalankan.

Pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pasar menghasilkan temuan yang berbeda dengan hasil penelitian dari Li & O'Connor (2017) dimana ditemukan orientasi kewirausahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.

Kemampuan suatu usaha mikro dan kecil food and beverage dalam hal akuisisi, retensi dan peningkatan kepuasan pelanggannya dapat mengalami peningkatan sejalan dengan meningkatnya aspek proaktif, inovatif dan berani mengambil resiko dari usaha tersebut.

Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan usaha. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian dari Stenholm et al. (2016). Dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya orientasi kewirausahaan, bisnis akan mengalami pertumbuhan antara lain dari segi peningkatan penjualan, pertumbuhan pangsa pasar, dan juga peningkatan profitabilitas.

Kinerja pertumbuhan memiliki pengaruh yang signifikan pada pertumbuhan bisnis. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Das dan Rangarajan (2020) serta Gupta dan Gupta (2020). Kinerja pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan.

Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian Tuominen (2016). Semakin meningkat kinerja usaha untuk mengakuisisi pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, meningkatkan kepuasan pelanggan, meresponi saran dan masukan dari pelanggan akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usahanya yang meliputi peningkatan penjualan, pangsa pasar, dan profitabilitas usaha tersebut.

## **5. PENUTUP**

### **5.1. Simpulan**

Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keberlanjutan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin proaktif, inovatif, dan berani mengambil resikonya suatu usaha mikro dan kecil, semakin meningkat pula kinerja keberlanjutan dari usaha tersebut.

Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pasar, yang artinya semakin tingginya orientasi kewirausahaan usaha mikro dan kecil akan menyebabkan peningkatan pada kinerja pasar dari usaha tersebut.

Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan bisnis. Peningkatan dari sifat proaktif, inovatif dan berani mengambil resiko usaha mikro dan kecil akan mendorong bisnis untuk melakukan ekspansi dan tumbuh.

Kinerja keberlanjutan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan bisnis. Pertumbuhan kinerja aktivitas sosial dan lingkungan dari usaha mikro dan kecil akan mengakibatkan usaha tersebut bertumbuh.

Kinerja pasar berpengaruh positif terhadap pertumbuhan bisnis yang artinya semakin baik performa usaha mikro dan kecil untuk menambah, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan akan meningkatkan potensi pertumbuhan usahanya.

## **5.2. Implikasi Manajerial**

Berdasar hasil studi, terlihat bahwa orientasi kewirausahaan merupakan variabel yang pengaruhnya paling besar terhadap pertumbuhan usaha dari gabungan pengaruh langsung dan tidak langsung. Oleh untuk itu untuk meningkatkan kinerja bisnis yang ditekuni, para pelaku UMKM tidak cukup hanya dengan kerja keras, tetapi perlu menerapkan pula prinsip inovatif, proaktif dan memiliki keberanian menghadapi tantangan dan mengambil resiko dalam mengembangkan usaha juga perlu adanya kreativitas dalam cara – cara menjalankan usahanya.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Populasi penelitian ini adalah terbatas pada pelaku usaha di bidang makanan dan minuman di wilayah kota Tangerang, dan sampel dipilih secara purposive non acak sehingga hasilnya tidak bisa digeneralisir ke wilayah-wilayah lainnya dan kemungkinan terdapatnya bias dari tanggapan yang diberikan responden

## **REFERENCES**

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kota Tangerang. (2021). *Produk Domestik Regional Bruto Kota Tangerang Menurut Lapangan Usaha 2016-2020* (R. Wamilda, S.ST (Ed.)). CV. Labagus.
- Cirillo, A., Huybrechts, J., Mussolino, D., Sciascia, S., & Voordeckers, W. (2020). Researching Family Business Growth. *European Management Review*.
- Das, M., & Rangarajan, K. (2020). Impact of Policy Initiatives and Collaborative Synergy on Sustainability and Business Growth of Indian SMEs. *Indian Growth and Development Review*. <https://doi.org/10.1108/IGDR-09-2019-0095>
- Data Industri Research. (2021). *Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan*

- Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, 2011 – 2021*. Dataindustri.Com.
- Gupta, A. K., & Gupta, N. (2020). Effect of Corporate Environmental Sustainability on Dimensions of Firm Performance - Towards Sustainable Development: Evidence from India. *Journal of Cleaner Production*, 253, 119948. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119948>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hartomo, G. (2019). *UMKM Sumbang Rp8.400 Triliun ke Perekonomian Nasional pada 2018 : Okezone Economy*. <https://economy.okezone.com/read/2019/06/19/320/2068296/umkm-sumbang-rp8-400-triliun-ke-perekonomian-nasional-pada-2018>
- Ikram, M., Sroufe, R., Mohsin, M., Solangi, Y. A., Shah, S. Z. A., & Shahzad, F. (2020). Does CSR Influence Firm Performance? A Longitudinal Study of SME Sectors of Pakistan. *Journal of Global Responsibility*, 11(1), 27–53. <https://doi.org/10.1108/JGR-12-2018-0088>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2021). *Kontribusi UMKM terhadap PDB, 2010-2020*. Beritagar.Id. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2010-2020-1611277587>
- Li, H., & O'Connor, A. (2017). The Entrepreneurial Influence on Winery Market Performance – A Mediation Perspective. *International Journal of Wine Business Research*, 29(2), 210–232. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-11-2016-0037>
- M.P, S., P.R., S., A., R., & P, B. A. (2017). Lean Manufacturing Practices in Indian Manufacturing SMEs and Their Effect on Sustainability Performance Abstract. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 28(6), 772–793. <https://doi.org/10.1108/09574090910954864>
- Mullens, D. (2018). Entrepreneurial Orientation and Sustainability Initiatives in Family Firms. *Journal of Global Responsibility*, 9(2), 160–178. <https://doi.org/10.1108/jgr-03-2017-0020>
- Mutmainah, D. A. (2016). Kontribusi UMKM terhadap PDB Tembus Lebih Dari 60 Persen. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>
- Nuryakin, & Ardyan, E. (2018). SME's Marketing Performance: The Mediating Role of Market Entry Capability. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(2), 122–146.
- Petriella, Y. (2021). Prospek Bisnis F&B Meningkatkan, Paramount Land Hadirkan Manhattan District. *Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211201/47/1472803/prospek-bisnis-fb-meningkat-paramount-land-hadirkan-manhattan-district>
- Phillips, S., Thai, V. V., & Halim, Z. (2019). Airline Value Chain Capabilities and CSR Performance: The Connection Between CSR Leadership and CSR Culture with CSR Performance, Customer Satisfaction and Financial Performance. *The Asia Journal of Shipping and Logistics*, 35(1), 30–40.
- Salindal, N. A. (2018). Halal Certification Compliance and Its Effects on Companies' Innovative and Market Performance. *Journal of Islamic Marketing*.
- Stenholm, P., Pukkinen, T., & Heinonen, J. (2016). Firm Growth in Family Businesses—The Role of Entrepreneurial Orientation and the Entrepreneurial Activity. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 697–713.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tuominen, S., Hirvonen, S., Reijonen, H., & Laukkanen, T. (2016). The Internal Branding Process and Financial Performance in Service Companies: An Examination of The Required Steps. *Journal of Brand Management*, 23(3), 306–326.
- Zaato, S. G., Ismail, M., Uthamaputhran, S., & Owusu-Ansah, W. (2020). The Impact of Entrepreneurial Orientation on SMEs Performance in Ghana: The Role of Social Capital and Government Support Policies. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 22(2), 99–114.