

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA USAHA PADA USAHA MIKRO DAN KECIL DI JAKARTA BARAT

Reonard Marcelino Effendy¹, Mei Ie^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: reonard.115210321@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: meii@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 08-07-2025, revisi: 13-07-2025, diterima untuk diterbitkan: 31-10-2025

ABSTRAK

Tidak banyak pemilik usaha mikro dan kecil yang memiliki kinerja yang maksimal karena kurangnya orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha dengan dimoderasi dukungan sosial pada usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dalam memengaruhi kinerja usaha yang dimoderasi dukungan sosial. Sampel penelitian ini sebanyak 82 responden pemilik usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menganalisis data dengan *Partial Least Square - Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) dengan aplikasi *SmartPLS 4*. Instrumen penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner melalui *google form* yang disebarkan kepada responden penelitian sesuai dengan kriteria sampel yaitu pemilik usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan dukungan sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat, orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha dengan dimoderasi dukungan sosial dan orientasi pasar berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha dengan dimoderasi dukungan sosial. Diharapkan para wirausaha usaha mikro dan kecil dapat meningkatkan pengetahuan tentang orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha dari para wirausahawan usaha mikro dan kecil, serta diharapkan bagi pihak keluarga, teman dan masyarakat sekitar agar selalu mendukung kepada anggota keluarganya, teman-temannya dan orang-orang yang dianggap penting yang sedang menjalankan wirausaha agar kinerja usaha mereka meningkat.

Kata Kunci: kinerja usaha, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dukungan sosial

ABSTRACT

Not many micro and small business owners have maximum business performance because lack of entrepreneurial orientation and market orientation. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial orientation and market orientation on business performance when moderated by social support in micro and small businesses in West Jakarta. The results of this study are expected to provide in-depth insight into the importance of entrepreneurial orientation and market orientation to affect business performance moderated by social support. The sample of this study is 82 respondents who are micro and small business owners in West Jakarta by sampling using purposive sampling techniques. Data analysis was performed with Partial Least Square - Structural Equation Modelling (PLS-SEM) with the SmartPLS 4 software. The instrument of this study is by using a questionnaire through a google form which is distributed to the research respondents in accordance with the sample criteria, namely micro and small business owners in West Jakarta. The results of this study show that entrepreneurial orientation, market orientation, and social support have a positive effect on the performance of micro and small businesses in West Jakarta, entrepreneurial orientation has a negative effect on business performance when moderated by social support and market orientation have a positive but not significant effect on business performance when moderated by social support. It is expected that micro and small business entrepreneurs can increase their knowledge of entrepreneurial orientation and market orientation so that they can improve the business performance of micro and small business entrepreneurs, and it is hoped that family, friends and the surrounding community will always support their family members, friends and people who are considered important who are running entrepreneurship so that their business performance improves.

Keywords: business performance, entrepreneurial orientation, market orientation, social support

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia, khususnya di Jakarta Barat, menunjukkan pertumbuhan pesat, ditandai dengan semakin banyaknya usaha mikro dan kecil yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. usaha mikro dan kecil memainkan peran penting dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, usaha mikro dan kecil menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan kinerja di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha mikro dan kecil dengan dukungan sosial sebagai variabel moderasi. Orientasi kewirausahaan mencakup tiga aspek utama: inovasi, pengambilan risiko, dan proaktivitas, yang secara langsung memengaruhi kemampuan usaha mikro dan kecil untuk bersaing di pasar yang dinamis (Covin & Wales, 2019). Orientasi pasar, di sisi lain, berfokus pada pengumpulan dan pemanfaatan informasi pasar guna memenuhi kebutuhan konsumen secara optimal (Jaworski *et al.*, 2020).

Kinerja usaha mikro dan kecil diukur melalui indikator keuangan, seperti pertumbuhan penjualan dan profitabilitas, serta indikator non-keuangan, seperti kepuasan pelanggan dan inovasi produk (Sukaatmadja *et al.*, 2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memberikan dampak signifikan terhadap kinerja usaha mikro dan kecil karena meningkatkan kemampuan wirausaha untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Aspek inovasi mendorong terciptanya produk atau layanan baru yang menarik pelanggan, sementara pengambilan risiko membantu usaha mikro dan kecil mengatasi ketidakpastian pasar. Proaktivitas, sebagai sikap mencari peluang, memungkinkan usaha mikro dan kecil mendominasi persaingan melalui pengembangan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Orientasi kewirausahaan merupakan sebuah pola pikir seseorang yang cukup penting bagi organisasi atau individu yang ingin mempertahankan daya saing di sektor usaha yang semakin kompetitif. Dengan berfokus pada keputusan pengambilan risiko yang melibatkan keberanian untuk membuat keputusan besar yang mungkin menghadirkan kegagalan, namun juga membawa pelajaran berharga, terutama bagi pemilik usaha mikro dan kecil yang sering menghadapi ketidakpastian dan tantangan saat merintis usaha.

Orientasi pasar juga memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil. Melalui pengumpulan informasi pasar yang sistematis, usaha mikro dan kecil dapat mengidentifikasi tren pasar dan kebutuhan konsumen untuk mengembangkan strategi yang efektif. Responsivitas terhadap perubahan pasar meningkatkan kemampuan usaha mikro dan kecil untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan mengungguli kompetitor. Selain itu, orientasi pasar yang berfokus pada pelanggan mendorong terciptanya produk dan layanan berkualitas tinggi yang sesuai dengan ekspektasi konsumen (Morgan *et al.*, 2019).

Dukungan sosial memainkan peran penting dalam memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha mikro dan kecil. Dukungan dari keluarga, teman, dan lingkungan sosial memberikan motivasi, bantuan finansial, dan panduan strategis yang diperlukan untuk menghadapi tekanan bisnis. Dukungan ini juga meningkatkan rasa percaya diri dan keberanian wirausaha dalam mengambil risiko, menciptakan inovasi, dan merespons kebutuhan pasar dengan cepat (Pérez-Villalobos *et al.*, 2021). Penelitian ini menemukan bahwa kombinasi orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan dukungan sosial menciptakan sinergi yang mendukung keberhasilan usaha mikro dan kecil di pasar yang kompetitif.

Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha mikro dan kecil, sementara dukungan sosial berfungsi sebagai katalis yang memperkuat hubungan tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil, khususnya di Jakarta Barat. Hasil ini dapat menjadi acuan bagi pemilik usaha mikro dan kecil untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan adaptif dalam menghadapi tantangan pasar. Studi ini juga merekomendasikan pentingnya dukungan dari pemerintah dan komunitas untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan usaha mikro dan kecil secara berkelanjutan.

Rumusan masalah

Berdasarkan penjelasan di latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat?
- b. Apakah orientasi pasar berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat?
- c. Apakah dukungan sosial berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat?
- d. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat yang dimoderasi dukungan sosial?
- e. Apakah orientasi pasar berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat yang dimoderasi dukungan sosial?

Kajian teori

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan yaitu *resource-based review* yang menekankan pentingnya sumber daya internal usaha sebagai dasar untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (D'Oria *et al.*, 2021) dan *resource advantage theory* yang merupakan pendekatan yang berfokus pada perusahaan dapat memperoleh dan mempertahankan keunggulan bersaing melalui pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki (Varadarajan, 2020).

Kinerja usaha

Menurut Sukriani (2022), kinerja usaha adalah cara untuk melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dalam pekerjaan tersebut adalah tujuan usaha tersebut. Kinerja memiliki pengaruh sebab dan juga akibat dengan kemampuan. Kinerja adalah fungsi penting pada kemampuan, sikap, dan perilaku. Terdapat 3 indikator pada penelitian ini menurut Restrepo-Morales *et al.* (2019) yaitu; ketahanan finansial, kinerja karyawan dan manajemen hubungan baik pelanggan.

Orientasi kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah pendekatan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang untuk membantu perusahaan menghadapi ketidakpastian dan persaingan yang kompleks di pasar global (Dai *et al.*, 2021). Wales *et al.* (2020) mengungkapkan bahwa terdapat tiga indikator orientasi kewirausahaan, yaitu: inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif.

Orientasi pasar

Orientasi pasar adalah faktor penting untuk menciptakan suatu perilaku yang dapat membuat kepuasan untuk pelanggan dan menghasilkan kinerja untuk perusahaan, khususnya pada persaingan yang ketat (Rahmadi *et al.*, 2020). Menurut Rizan dan Utama (2020), pendekatan yang wirausahawan gunakan akan menjadi tidak efisien dan tidak dapat membantu bisnis berjalan dengan baik bila wirausahawan kurang memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh

pelanggan mereka. Masa'deh *et al.* (2019) mengungkapkan bahwa terdapat dua indikator dari variabel orientasi pasar yakni; responsivitas pasar dan orientasi pelanggan.

Dukungan sosial

Wirausahawan membutuhkan dukungan sosial dari jaringannya dan tidak bisa meraih kesuksesan seorang diri, sehingga dukungan sosial yang diterimanya dari orang-orang disekitarnya dapat menjadi faktor pendukung dalam proses berwirausahanya (Ardhanareswari *et al.*, 2024). Lianasari *et al.*, 2022, mengungkapkan bahwa terdapat tiga indikator dari variabel dukungan sosial yakni; dukungan keluarga, dukungan teman dan dukungan dari masyarakat sekitar.

Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha

Orientasi kewirausahaan berkaitan dengan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan memiliki peranan yang cukup penting dalam meningkatkan kinerja usaha (Hamel dan Wijaya, 2020). terdapat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha yaitu orientasi kewirausahaan, inovasi, karakteristik wirausahawan dan karakteristik dari usaha itu sendiri (Huda *et al.*, 2020).

Orientasi pasar terhadap kinerja usaha

Orientasi pasar mempunyai suatu komitmen dalam melayani konsumen dan lebih unggul dibandingkan pesaingnya, yang berpengaruh untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai lebih. Orientasi pasar memiliki peran penting untuk meningkatkan kinerja usaha dan menemukan temuan empiris bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar dan kinerja (Syarifah *et al.*, 2020).

Dukungan sosial terhadap kinerja usaha

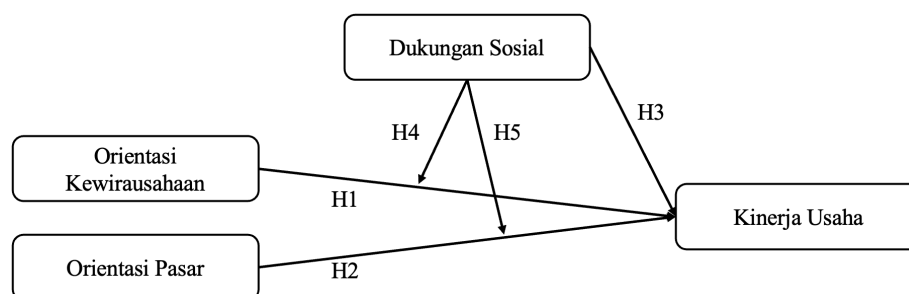
Dukungan sosial dari orang lain dapat berupa sifat emosional, informasional, atau material. Dalam konteks bisnis, dukungan sosial bisa datang dari keluarga, teman, rekan kerja, atau jaringan bisnis yang dapat mempengaruhi kinerja dan keberhasilan usaha (Diyana dan Jatnika, 2022).

Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha dengan dimoderasi dukungan sosial

dukungan sosial diperlukan untuk wirausahawan agar mampu melakukan orientasi kewirausahaan (Ayuni *et al.*, 2019), yang berarti dukungan sosial merupakan upaya untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan seseorang yang dapat mempengaruhi kinerja usaha.

Orientasi pasar terhadap kinerja usaha dengan dimoderasi dukungan sosial

Dukungan sosial memainkan peran penting dalam orientasi pasar, terutama dalam konteks perusahaan dan usaha kecil dan menengah. Dukungan sosial dapat membantu memperkuat daya inovasi dan kapasitas adaptasi perusahaan terhadap kebutuhan pasar, serta meningkatkan kinerja bisnis. Dukungan sosial seperti jaringan bisnis, keluarga, atau komunitas, dapat mempengaruhi motivasi internal dan pengembangan strategi pasar, yang pada akhirnya berkontribusi pada penciptaan nilai tambah bagi pelanggan (Putra, 2021).



Gambar 1. Model penelitian

Hipotesis

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat.

H2: Orientasi pasar berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat.

H3: Dukungan sosial berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat.

H4: Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat dengan dimoderasi oleh dukungan sosial.

H5: Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat dengan dimoderasi oleh dukungan sosial.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan sampel dengan teknik purposive sampling dimana peneliti hanya menggunakan subjek yang memenuhi pertimbangan tertentu. Metode ini bergantung pada kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti dalam memilih peserta dari populasi penelitian. Sampel penelitian ini sebanyak 82 pelaku usaha dengan kriteria yakni, usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat yang telah berdiri minimal 6 bulan. Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan software smartpls 4.0. Kuesioner disebarikan melalui *google form* dengan skala *likert* 1 sampai 5.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Hair et al. (2023) menyatakan nilai AVE memenuhi syarat ketika $>0,5$. Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini sudah memenuhi syarat dari validitas konvergen berdasarkan dari nilai AVE.

Tabel 1. Hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE)
Sumber: Hasil pengolahan data

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Dukungan Sosial (Z)	0,698
Kinerja Usaha (Y)	0,572
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,589
Orientasi Pasar (X2)	0,656

Cheung et al. (2023) menyatakan bahwa reliabilitas tidak boleh jauh lebih rendah dari $\geq 0,7$ dan, idealnya, tidak boleh jauh lebih rendah dari $\geq 0,8$. Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 2 yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 2. Hasil analisis reliabilitas
Sumber: Hasil pengolahan data

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Dukungan Sosial (Z)	0,856	0,866
Kinerja Usaha (Y)	0,851	0,865
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,862	0,874
Orientasi Pasar (X2)	0,829	0,847

Hair et al. (2019) menyatakan bahwa jika nilai $Q^2 > 0$, maka model penelitian memiliki relevansi prediktif yang baik. Hamid dan Anwar (2019) menyatakan bahwa jika R^2 bernilai sebesar 0,25 - 0,49 maka variabel independen berpengaruh lemah terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 3, model penelitian memiliki relevansi prediktif dan *R-square* yang lemah.

Tabel 3. Hasil uji *Q-square* dan *R-square*

Sumber: Hasil pengolahan data

Variabel Dependen	<i>Q² Predict</i>	<i>R-Square</i>
Kinerja Usaha	0,173	0,303

Berdasarkan Tabel 4, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dukungan sosial dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha yang dimoderasi dukungan sosial memiliki efek kecil. Orientasi pasar yang dimoderasi Dukungan sosial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kinerja usaha.

Tabel 4. Hasil uji *effect size*

Sumber: Hasil pengolahan data

Variabel	<i>Effect Size (f²)</i>
Dukungan Sosial (Z)	0,038
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,058
Orientasi Pasar (X2)	0,025
Dukungan Sosial (Z) x Orientasi Pasar (X2)	0,000
Dukungan Sosial (Z) x Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,031

Menurut hasil perhitungan nilai GoF pada penelitian ini adalah sebesar 0,162, berarti dapat dinyatakan bahwa nilai GoF pada penelitian ini memiliki nilai yang kecil.

$$\text{GoF} = \sqrt{0,628 \times 0,258}$$

$$\text{GoF} = \sqrt{0,162}$$

Uji hipotesis dalam sebuah penelitian bertujuan untuk mencari tahu apakah hipotesis yang telah dirumuskan didukung atau tidak didukung. Proses uji hipotesis pada penelitian bisa dilakukan dengan prosedur bootstrapping pada metode structural equation modelling (SEM) menggunakan aplikasi smartPLS. Hipotesis penelitian dapat didukung jika nilai path coefficients yang dihasilkan memiliki nilai diantara -1 sampai +1, dan nilai p-value yang dihasilkan harus lebih kecil dari 0,05.

Tabel 5. Hasil uji hipotesis

Sumber: Hasil pengolahan data

Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>
Orientasi Kewirausahaan → Kinerja Usaha	0,253	1,929	0,027
Orientasi Pasar → Kinerja Usaha	0,179	1,689	0,046
Orientasi Pasar → Kinerja Usaha	0,176	1,730	0,042
Dukungan Sosial x Orientasi Kewirausahaan → Kinerja Usaha	-0,190	1,849	0,032
Dukungan Sosial x Orientasi Pasar → Kinerja Usaha	0,009	0,090	0,464

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat, Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, seperti Hamel & Wijaya (2020), Andika (2019), serta Wicaksono & Isa (2023). Dukungan sosial juga terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha, hal ini mendukung penelitian Azizah (2021) dan Vuong et al. (2022) yang menunjukkan pentingnya dukungan dari keluarga, teman, dan masyarakat dalam meningkatkan kinerja usaha. Namun, moderasi dukungan sosial terhadap pengaruh orientasi kewirausahaan memberikan hasil negatif signifikan hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial, terutama yang kurang relevan atau penuh kekhawatiran, justru menghambat inovasi dan keberanian mengambil risiko wirausahawan. Sementara itu, moderasi dukungan sosial terhadap pengaruh orientasi pasar menunjukkan hasil

positif tetapi tidak signifikan, yang mengindikasikan bahwa dukungan sosial lebih bersifat umum seperti motivasi atau emosional, sehingga kurang optimal dalam meningkatkan kinerja usaha terkait strategi pasar. Kesimpulannya, meskipun orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan dukungan sosial secara individu memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, efek moderasi dukungan sosial menunjukkan hasil yang kurang efektif dan perlu dioptimalkan sesuai konteks usaha.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti memiliki kesimpulan sebagai berikut:

- a. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat, yang menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro dan kecil dengan orientasi kewirausahaan tinggi cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik.
- b. Orientasi pasar juga berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha, yang berarti peningkatan orientasi pasar memungkinkan usaha mikro dan kecil lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen, sehingga meningkatkan kinerja usaha.
- c. Dukungan sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Dukungan dari keluarga, teman, dan masyarakat memberikan dorongan yang membantu meningkatkan performa pelaku usaha mikro dan kecil di Jakarta Barat.
- d. Dukungan sosial sebagai variabel moderasi menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial tertentu, seperti keluarga yang kurang mendukung inovasi atau risiko, justru menghambat hubungan ini.
- e. Dukungan sosial memoderasi hubungan orientasi pasar dan kinerja usaha secara positif namun tidak signifikan. Efek moderasi ini lemah karena dukungan sosial yang diterima sering kali bersifat umum, seperti motivasi atau dukungan emosional, dan bukan strategi bisnis langsung yang mendukung orientasi pasar.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan terdapat adanya keterbatasan penelitian, maka terdapat pula beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya, adalah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro dan kecil harus dapat menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya agar usaha mikro dan kecil mereka dapat berkembang dan membantu wirausaha untuk meningkatkan kinerja usaha mereka.
- b. Usaha mikro dan kecil harus berani mengambil resiko pada setiap keputusan agar menjadikan hal tersebut peluang untuk dapat lebih unggul dan mendominasi pasar di bidang usaha yang dijalankan oleh wirausaha usaha mikro dan kecil dibandingkan kompetitor lainnya.
- c. Usaha mikro dan kecil harus dapat menerima dan mengolah seluruh kritik dan saran dari para pelanggannya serta wirausaha usaha mikro dan kecil dapat memperbaiki produk atau layanan berdasarkan kritik dan saran dari pelanggan tersebut.
- d. Usaha mikro dan kecil harus dapat mengembangkan kemandirian dalam pengambilan keputusan pada usahanya, terutama yang berkaitan dengan inovasi dan pengambilan resiko. Dukungan sosial sebaiknya hanya dipandang sebagai masukan tambahan dan bukan sebagai faktor penentu yang dapat menghambat wirausaha untuk meningkatkan orientasi kewirausahaannya.

Ucapan terima kasih

Ucapan terima kasih untuk kedua orang tua yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis dari awal hingga akhir penelitian. Terima kasih kepada Dosen pembimbing Ibu Dr. Mei

Ie, S.E., M.M., yang telah membimbing selama pengerjaan penelitian ini. Ucapan terima kasih ini diberikan juga untuk orang-orang yang mendukung dalam pembuatan dan telah memberikan saran.

REFERENSI

- Andika, N. E. (2019). Pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 22-34. <https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1580>
- Ardhanareswari, N. P. D. S., & Mahyuni, N. L. P. (2024). Menelisik faktor penjelas minat pelaku usaha pada aplikasi Pekenan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(3), 390-401. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3.1968>
- Ayuni, N. M. S., Gorda, A. A. N. E. S., & Budiasni, N. W. N. (2019). Orientasi kewirausahaan saab mote Desa Nagasepaha sebagai produk ikonik. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 1-11.
- Azizah, S. F., Samsudin, A., & Ramdan, A. M. (2021). Peran Dukungan Sosial dan Job Insecurity Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Hotel di Tengah Pandemi Covid-19. *Jenius (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 5(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v5i1.13149>
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2018). Crafting High-Impact Entrepreneurial Orientation Research: Some suggested guidelines. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 3–18. <https://doi.org/10.1177/1042258718773181>
- D’Oria, L., Crook, T. R., Ketchen, D. J., Sirmon, D. G., & Wright, M. (2021). The Evolution of Resource-Based Inquiry: A Review and Meta-Analytic Integration of the Strategic Resources–Actions–Performance Pathway. *Journal of Management*, 47(6), 1383–1429. <https://doi.org/10.1177/0149206321994182>
- Dai, L., Maksimov, V., Gilbert, B. A., & Fernhaber, S. A. (2021). Entrepreneurial orientation and international scope: The differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 511–524. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.004>
- Diyana, K. P., & Jatnika, R. (2022). Meta-Analysis Studies: The Relationship between Social Support and Psychological Well-Being among Adolescents in Indonesia. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 64–71. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.1.213>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of the structural model*. SpringerLink. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_6
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 863-872. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9865>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Huda, I. U., Karsudjono, A., & Maharani, P. N. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ukm di Banjarmasin). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(3), 392–407. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i3.359>
- Jaworski, B. J., Kohli, A. K., & Sarin, S. (2020). Driving markets: A typology and a seven-step approach. *Industrial Marketing Management*, 91, 142–151. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.018>
- Lianasari, L., Widiastuti, H., & Nusandari, A. (2022, November 30). Self efficacy, self esteem, dukungan sosial terhadap resiliensi dengan optimisme sebagai variabel intervening pada pelaku usaha (aminM) yang terkena pemberlakuan PPKM. *Reswara Journal of Psychology*.

- Masa'deh, R. (2019). Factors that Affect Employees Job Satisfaction and Performance to Increase Customers Satisfaction.
- Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2018). Research in Marketing Strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
- Pérez-Villalobos, C., Briede-Westermeyer, J. C., Schilling-Norman, M. J., & Contreras-Espinoza, S. (2021). Multidimensional Scale of Perceived Social Support: Evidence of Validity and Reliability in a Chilean Adaptation for Older Adults. *BMC Geriatrics*, 21(1). <https://doi.org/10.1186/s12877-021-02404-6>
- Putra, F. F. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial-Budaya dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Pada Wanita Wirausaha UMKM Kota Cimahi.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi, dan Informasi*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Varadarajan, R. (2020). Customer Information Resources Advantage, Marketing Strategy and Business Performance: A Market Resources Based View. *Industrial Marketing Management*, 89, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.03.003>
- Vuong, B. N., Tushar, H., & Hossain, S. F. A. (2022). The effect of social support on job performance through organizational commitment and innovative work behavior: does innovative climate matter? *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 15(5), 832–854. <https://doi.org/10.1108/apjba-06-2021-0256>
- Restrepo-Morales, J. A., Loaiza, O. L., & Vanegas, J. G. (2019). Determinants of Innovation. *Journal of Economics Finance and Administrative Science*, 24(47), 97–112. <https://doi.org/10.1108/jefas-09-2018-0095>
- Rizan, J., & Utama, L. (2020). Pengaruh keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar dan orientasi penjualan terhadap kinerja usaha UMKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 961-968. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9878>
- Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., Telagawathi, N. L. W. S., Witarsana, I. G. A. G., & Rahmayanti, P. L. D. (2021). Motivation Versus Risk. *Linguistics and Culture Review*, 6, 65–77. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6ns1.1910>
- Sukriani, N. (2022). Pengaruh Inovasi dan Kreatifitas terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 64–71. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.998>
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2020). Pengaruh Modal Manusia Terhadap Orientasi Pasar dan Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 69–96. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i1.2521>
- Wicaksono, M. W., & Isa, M. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Variabel Inovasi Sebagai Mediasi Terhadap Kinerja Usaha Susu Segar. *Seiko: Journal of Management & Business*. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4673>