

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di Jakarta

Yohani Dwi Putri dan Mei Ie

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: yohani.115160243@stu.untar.ac.id

Abstract: *The purpose of this study was to determine the effect of entrepreneurial orientation on business performance, to determine the effect of the environment on business performance, and to determine the effect of social media on business performance. The population in this study are all SMEs owners in Jakarta. Non-probability sampling method will be used in this study with the sampling technique used is purposive sampling. The determined sample is 50 entrepreneurs who are business owners in the culinary field in the Kelapa Gading area who have been in business for more than one year. Data processing uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis with the help of the SmartPLS application. Overall results of this study are, entrepreneurial orientation affects business performance, the environment does not affect business performance, and social media influences business performance.*

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Environment, Social Media, Business Performance*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha, untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap kinerja usaha, dan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap kinerja usaha. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik UMKM di Jakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel, yaitu *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 50 wirausaha yang menjadi pemilik usaha dibidang kuliner di daerah Kelapa Gading yang menjalankan bisnisnya lebih dari satu tahun. Pengolahan data menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Secara keseluruhan hasil dari penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha, lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha, dan media sosial berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan, Media Sosial, Kinerja Usaha, UMKM

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional di Indonesia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat membantu pemerintah dalam mengurangi atau menanggulangi banyaknya pengangguran di Indonesia dengan menyediakan lapangan pekerjaan. Menurut Rudjito (2003:40) UMKM adalah usaha yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Jumlah UMKM saat ini sangatlah banyak. Hal ini menjadikan UMKM sebagai salah satu pilar utama bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Untuk dapat meningkatkan kinerja media sosial usahanya, wirausaha harus memiliki orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan menyampaikan orientasi strategis perusahaan yang menggambarkan ciri kewirausahaan tertentu pada pendekatan, teknik, dan

sistem pengambilan keputusan (Wiklund & Shepherd, 2005:19). Inovatif merupakan salah satu dimensi dari orientasi kewirausahaan yang mengacu pada upaya untuk merangkul kreativitas, eksperimen, kebaruan, kepemimpinan teknologi, dan sebagainya, baik dalam produk maupun proses (Adebayo, 2015:13).

Pengambilan resiko juga perlu diperhatikan oleh wirausaha kurangnya pengambilan resiko dapat membuat perusahaan memiliki persepsi kehilangan kekuatan dalam organisasi, yang sebaliknya akan menghambat kinerja usaha (Korsten et al., 2013). Wirausaha perlu bersikap proaktif, kurangnya sikap proaktif dalam organisasi akan membuat wirausaha kurang mendengarkan dan menanggapi komentar konsumen mengenai produk dan layanan (Farzana et al., 2016: 2211). Kurangnya dimensi orientasi kewirausahaan akan membuat usaha kekurangan aset penting bagi perusahaan yang bersaing dalam lingkungan elektronik dalam hal ini pengaplikasiannya pada media sosial (Colton et al., 2010:1).

Setelah seorang wirausaha memiliki orientasi kewirausahaan, wirausaha juga perlu memperhatikan tentang lingkungannya. Qian (2004:13) mengusulkan konsep komprehensif sistem lingkungan perusahaan, yang terdiri dari empat sub-sistem yaitu sistem lingkungan sosial, sistem lingkungan pasar, sistem lingkungan internal perusahaan dan sistem lingkungan alam.

Berhubungan dengan berkembangnya teknologi saat ini, maka wirausaha perlu memperhatikan tentang penggunaan media sosial. Pengguna media sosial di Indonesia saat ini paling banyak berada pada rentang usia 18-34 tahun, yaitu sekitar 56% dari populasi masyarakat Indonesia Namun, sebagian dari pelaku UMKM merasa belum mendapat manfaat dari media sosial untuk menjalankan bisnisnya. Dalam hal ini wirausaha menggunakan media sosial sebagai teknologi, dan tugasnya adalah penggunaan media sosial untuk berbagai tujuan seperti iklan, branding, membangun hubungan dll (Farzana et al., 2016:2210).

KAJIAN TEORI

Kinerja usaha merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan, kebijaksanaan, program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi maupun visi organisasi yang tertuang dalam perumusan-perumusan skema strategis suatu organisasi. Secara umum dapat dikatakan bahwa kinerja merupakan suatu prestasi yang dapat dicapai organisasi dalam periode waktu tertentu (Bastian, 2001: 329).

Kinerja usaha merupakan hasil dari serangkaian proses bisnis yang dimana dengan pengorbanan berbagai macam sumber daya seperti keuangan perusahaan dan sumber daya manusia (Moerdiyanto, 2010:16). Hasibuan (2001:34) mengemukakan kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu.

Kumalaningrum (2011:33) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai suatu metode, praktik, dan gaya pengambilan keputusan para manajer yang mengarah ke orientasi kewirausahaan. Hal ini mencakup proses eksperimen teknologi baru yang menjanjikan, keinginan untuk memperbesar kesempatan pasar produk baru dan predisposisi untuk mengambil kesempatan berisiko. Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat memiliki kemampuan mengubah ketidakpastian lingkungan menjadi suatu manfaat bagi perusahaan. Hult et al. (2004:3) juga mendefinisikan orientasi kewirausahaan adalah suatu proses, praktik dan suatu pengambilan keputusan yang mengarah pada kewirausahaan, juga mengarah pada perspektif yang disediakan.

Menurut Griffin (2004:22) lingkungan adalah sesuatu di luar batas organisasi yang mungkin dapat mempengaruhi organisasi, sedangkan menurut William (2000:21) mendefinisikan bahwa lingkungan adalah faktor-faktor luar perusahaan yang dapat menimbulkan petunjuk adanya kesempatan-kesempatan ataupun tantangan pada perusahaan.

Menurut Mai & Gan (2007: 216) istilah "lingkungan wirausaha" mengacu pada kombinasi faktor yang berperan dalam pengembangan kewirausahaan. Banyak karya menunjukkan pengaruh berbagai faktor lingkungan wirausaha terhadap kewirausahaan. Media sosial adalah segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi antar dua arah dan umpan balik. Media sosial dipakai dengan sangat produktif oleh seluruh masyarakat, bisnis, politik, media, periklanan, layanan gawat darurat (Kent, 2013:31).

Media sosial merupakan media yang digunakan konsumen/masyarakat untuk berbasis teks, gambar, suara dan video informasi baik dengan oranglain maupun perusahaan (Philip, 2016:12). Media sosial merupakan media yang membantu meningkatkan jejaring sosial dengan potensi untuk dapat meningkatkan kemungkinan keberhasilan dalam sejumlah cara di berbagai tahap pengembangan bisnis (Adebayo, 2015:11).

Jika suatu perusahaan mengadopsi orientasi kewirausahaan, maka tingkat keberhasilan bisnis tinggi dan perusahaan akan memiliki kinerja yang baik (Wiklund & Shepherd, 2005:13). Suatu tingkat orientasi kewirausahaan digambarkan sebagai keterlibatan dalam sebuah perusahaan atau sebuah bisnis memasuki pasar yang baru (Lumpkin & Dess, 2001:16). Dalam penelitian-penelitian yang sebelumnya, dapat diketahui bahwa orientasi terbagi dalam tiga dimensi yang memiliki efek pada kinerja perusahaan, seperti pengambilan resiko, inovatif, dan proaktif (Lumpkin & Dess, 2001:17). Suatu tingkat orientasi kewirausahaan terdapat efek langsung dan tidak langsung pada suatu kinerja perusahaan. Pengambilan keputusan memiliki efek yang tidak dapat dilihat secara langsung karena pengambilan resiko yang besar dapat menghasilkan tingkat kinerja usaha yang tinggi dalam jangka waktu yang panjang.

Dalam suatu perusahaan, tidak semua orientasi kewirausahaan dapat bekerja dengan baik melainkan bergantung dari faktor-faktor lingkungan itu sendiri (Wiklund & Shepherd, 2005:16). Wiklund & Shepherd (2005:19) telah menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan secara positif memberikan pengaruh terhadap kinerja usaha. Dari hasil dari penelitian-penelitian yang telah dibahas dapat dinyatakan bahwa orientasi kewirausahaan umumnya berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha.

Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Selain orientasi kewirausahaan, lingkungan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha. Menurut para ahli menyatakan bahwa suatu efektivitas lingkungan bisnis yang strategis harus memperhatikan lingkungan bisnis yang dimana perusahaan tersebut beroperasi (Batjargal et al., 2013:25). Miller & Dess (2006:13) juga menyatakan bahwa lingkungan dalam bisnis terdiri dari dua yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Di dalam negara berkembang, adanya perubahan dalam lingkungan usaha merupakan suatu hal yang sangat penting. Faktor-faktor yang termasuk dalam lingkungan bisnis internal yaitu metode, peralatan, perlengkapan, dan bahan-bahan baku. Faktor eksternal juga sangatlah penting dalam bisnis walaupun faktor ini berasal dari luar usaha. Faktor eksternal yang terdiri dari teknologi, pemerintah, dan intensitas pesaing.

Sebagai pelaku UMKM sangat perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi bisnisnya dalam mencapai kinerja yang baik. Peran pemerintah juga membantu wirausahawan untuk bertahan dalam suatu usahanya. Sumber daya yang kurang baik juga dapat mempersulit untuk menjalin hubungan dengan kompetitor-kompetitor yang ada (Wiklund & Shepherd, 2004:39). Sebagai seorang pengusaha juga harus dapat peka terhadap perubahan yang terjadi di sekitar lingkungannya terutama yang menguntungkan usahanya.

Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

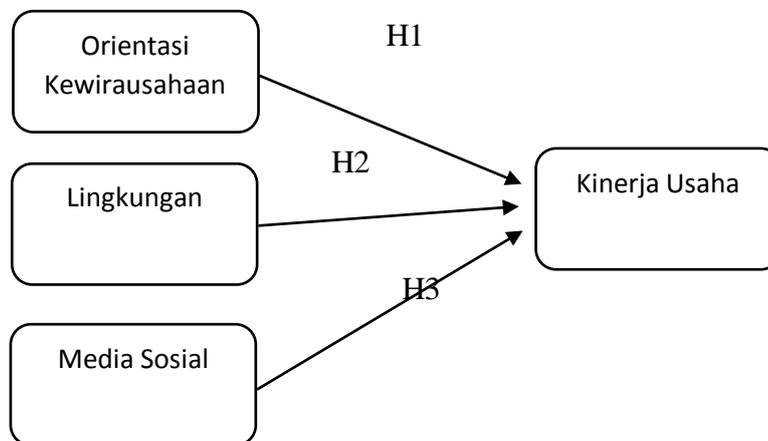
Selain faktor orientasi kewirausahaan dan lingkungan, media sosial juga dapat berperan dalam kinerja usaha. Di era globalisasi ini, penggunaan media sosial semakin tinggi. Menurut Primbada (2015:22) media sosial ini sangat membantu para pelaku UMKM dalam memperlancar usahanya, seperti membantu dalam meningkatkan penjualan, pemasaran, meningkatkan pangsa pasar dan membantu dalam mengambil keputusan dalam bisnis tersebut.

Dalam mengatasi permasalahan yang ada, salah satu langkah awal yang dilakukan pelaku UMKM adalah dengan cara mulai menggunakan media sosial dalam menunjang suatu kinerja usahanya seperti memperkenalkan produk, meningkatkan penjualan dan pemasaran, sehingga dapat menghasilkan keuntungan dan mendapatkan laba yang maksimal.

Di era globalisasi, teknologi internet semakin maju. Media sosial juga berkembang pesat dan semakin mudah diakses. Dapat dilihat bahwa orang-orang tidak dapat lepas dalam menggunakan suatu teknologi seperti halnya *handphone*. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat tidak bisa hidup tanpa internet. Media sosial merupakan sarana yang dapat memudahkan para pelaku UMKM dan dapat mempengaruhi suatu kinerja usaha yang sedang beroperasi.

Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan:

H3: Media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dapat membantu peneliti untuk memahami karakteristik suatu kelompok dalam situasi tertentu, berpikir secara sistematis tentang sebuah aspek dalam situasi tertentu, menawarkan ide untuk masalah dan penelitian dimasa yang akan datang, membantu membuat keputusan yang sederhana (Sekaran & Bougie, 2013:69). Melalui penerapan metode deskriptif ini, diharapkan peneliti bisa mendapatkan informasi yang tepat dan akurat serta gambaran korelasi dari pengaruh orientasi kewirausahaan (X1), lingkungan (X2), dan media sosial (X3), terhadap kinerja usaha (Y).

Penelitian dengan metode deskriptif akan dilakukan dalam penelitian ini karena penelitian ini sudah memuat informasi penelitian sebelumnya dengan variabel yang sama dan

hipotesis dalam penelitian ini sudah dapat dirumuskan, dan penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data.

Populasi menurut Supranto (2008: 68) adalah suatu kumpulan dari seluruh elemen sejenis yang dapat dibedakan satu sama lain karena karakteristiknya yang berlainan. Menurut Aritonang (2007: 95) mengemukakan bahwa populasi adalah keseluruhan unsur yang menjadi subjek penelitian. Populasi yang akan dipilih dan akan diteliti oleh peneliti di dalam penelitian adalah seluruh pemilik/pelaku usaha kecil dan menengah di Kelapa Gading. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu nonprobability sample dengan metode pengambilan sampel purposive sampling, dengan sampel yaitu wirausaha yang menjadi pemilik usaha dibidang kuliner di daerah Kelapa Gading yang menjalankan bisnisnya lebih dari satu tahun. Skala likert akan digunakan untuk menilai tanggapan dari responden yang nilai nya berikisar antara 1-5, yaitu 1: sangat tidak setuju, 2: tidak setuju, 3: netral, 4: setuju, 5: sangat setuju.

HASIL UJI STATISTIK

Uji validitas ini untuk mengukur valid tidaknya kuisioner yang telah kita sebar. Pengukuran validitas menggunakan aplikasi PLS dapat dilihat melalui nilai loading factor (LF). Ukuran LF akan dinyatakan valid apabila nilai indikatornya lebih dari 0,7. Namun untuk penelitian dengan model tertentu nilai indikator LF antara 0,5 sampai 0,6 masih dikatakan cukup. Nilai *loading factors* dalam penelitian ini mempunyai nilai di atas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat.

Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan metode yaitu pengujian reliabilitas dalam PLS menggunakan *Composite Reliability*. *Cronbach's alpha* yang lebih dari 0,6 dapat disebut *reliable*, dan apabila kurang dari 0,6 maka tidak *reliable*. Dari hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* melebihi dari 0,60 dengan nilai terbesar berada pada variabel media sosial yaitu sebanyak 0,978. Sedangkan *composite reliability* melebihi dari 0.70 dengan variabel media sosial memiliki nilai terbesar yaitu 0,980. Dengan hasil ini dapat dinyatakan bahwa semua variabel di penelitian ini reliabel.

R-square digunakan untuk menilai variasi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2014:12). Apabila nilai *R-Square* diatas 0,75 maka mempunyai pengaruh yang kuat, sedangkan 0,5- 0,74 mempunyai pengaruh yang sedang dan 0,25-0,49 memiliki pengaruh yang lemah. Dari hasil pada *R-Square* dapat dijelaskan bahwa variabel orientasi kewirausahaan, lingkungan dan media sosial memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kinerja usaha pada UMKM yaitu sebesar 95,5%, sedangkan sisanya, yaitu 4,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Berikut merupakan tabel hasil uji hipotesis

Tabel 1. Uji Hipotesis

	<i>Original Sample</i>	T Statistic	P Values
OK → KU	0.403	2.793	0.005
LK → KU	0.188	1.312	0.190
MS → KU	0.391	3.980	0.000

Berdasarkan nilai uji hipotesis pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan dalam penelitian ini yaitu $KU = 0.403OK + 0.188LK + 0.391MS$. Berdasarkan persamaan

tersebut dapat dilihat bahwa variabel independen (X), yaitu orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y), yaitu kinerja usaha, variabel independen (X) ,yaitu lingkungan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y) ,yaitu kinerja usaha, dan variabel independen (X) yaitu media sosial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Y ,yaitu kinerja usaha.

Pengujian *Goodness of Fit* (GoF) Untuk dapat melakukan pengujian kecocokan model dalam penelitian ini, nilai GoF (*Goodness of Fit*) dapat dihitung dengan cara manual dengan memasukan nilai AVE dan nilai koefisien determinasi. Berikut ini merupakan perhitungan nilai

Goodness of Fit (GoF):

$$\overline{AVE} = 0,805$$

$$\overline{R^2} = 0,959$$

$$GOF = \sqrt{\overline{AVE} \times \overline{R^2}}$$

$$GOF = \sqrt{0,805 \times 0,959}$$

$$GOF = 0,879$$

Pengujian Hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini untuk dapat menentukan apakah hipotesis-hipotesis yang telah dibuat dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang signifikan. Pengujian hipotesis penelitian ini dilihat dari nilai *t-statistic* atau *p-values*. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada variabel orientasi kewirausahaan (OK) terhadap kinerja usaha (KU) memiliki nilai *t-statistic* yaitu sebesar 2.793 dan *p-values* yaitu sebesar 0.005, maka H1 ditolak karena diketahui nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan P valuesnya lebih kecil dari 0.05, dari penjelasan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada variabel lingkungan (LK) terhadap kinerja usaha (KU) memiliki nilai *t-statistic* yaitu sebesar 1.312 dan P valuesnya yaitu sebesar 0.190, maka H2 tidak ditolak karena diketahui nilai *t-statistic* lebih kecil dari 1,96 dan *p-values* lebih besar dari 0.05, dari penjelasan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada variabel media sosial (MS) terhadap kinerja usaha (KU) memiliki nilai *t-statistic* yaitu sebesar 3.980 dan *p-values* yaitu sebesar 0.000, maka H3 ditolak karena diketahui nilai T-statistic lebih besar dari 1,96 dan P valuesnya lebih kecil dari 0.05, dari penjelasan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

DISKUSI

Hasil pengujian hipotesis variabel orientasi kewirausahaan terhadap pengaruhnya pada kinerja usaha, memiliki nilai T-statistic yaitu sebesar 2.793 dan P valuesnya yaitu sebesar 0.000, yang berarti H10 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha pada UMKM di Jakarta.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhang (2012:15) yang menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang tinggi dan positif terhadap kinerja UMKM. Wirausaha pada UMKM dapat mengarah pada bisnis dan pelanggan baru karena pengusaha yang mengadopsi “orientasi masyarakat yang luas dan menyeluruh” yang ada di dalam orientasi kewirausahaan. Dengan bersikap proaktif, berani mengambil resiko, dan terbuka untuk menjadi inovatif, perusahaan dengan orientasi

kewirausahaan dapat secara efektif meningkatkan kinerja mereka (Wales et al., 2013:357).

Untuk itu wirausaha perlu beradaptasi dengan lingkungan yang kompetitif dengan berinovasi, inovasi yang dimaksud adalah dengan mulai mengadopsi teknologi baru atau memanfaatkan fitur yang ada di media sosial dengan maksimal. Wirausaha yang memiliki sifat inovatif juga dapat memiliki produk yang lebih baik karena dalam prosesnya, pelanggan aktif dalam campur tangan membuat pengembangan produk baru. Menjadi adaptif menjadi komponen inti dari budaya organisasi, menghasilkan organisasi yang ingin menggunakan teknologi baru seperti media sosial, untuk mencapai *first-mover advantage* yang akan berhubungan dengan kinerja media sosial.

Pengambilan resiko juga perlu diperhatikan oleh wirausaha, keberadaan peluang potensial perlu dimanfaatkan dengan sebaik mungkin, dan dalam penerapannya akan mencegah persepsi tentang kehilangan kekuatan dalam suatu organisasi. Wirausaha juga perlu mengadopsi sikap proaktif, sikap proaktif yang perlu di terapkan adalah seperti wirausaha mau mendengarkan dan menanggapi komentar atau masukan dari konsumen mengenai produk dan layanan di platform media sosial, masukan ini akan menjadi informasi yang akan diubah organisasi menjadi respons pelanggan yang efektif yang kemudian akan menaikkan kinerja media sosial.

Hasil pengujian hipotesis variabel lingkungan terhadap pengaruhnya pada kinerja usaha, memiliki nilai T-statistic yaitu sebesar 1.912 dan P valuesnya yaitu sebesar 0.190, yang berarti H₀ tidak ditolak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja usaha pada UMKM di Jakarta.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Frishamar dan Horte, (2007:979) yang menyebutkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Lingkungan merupakan salah satu faktor perubahan dalam teori organisasi. Ada dua teori lingkungan eksternal yaitu pergolakan teknologi (technological turbulence) dan intensitas persaingan (competitive intensity). Pergolakan teknologi menerangkan tingkat perubahan teknologi yang dialami organisasi. Intensitas persaingan menjelaskan tingkat persaingan dalam industri, dimulai dari persaingan yang rendah, konsumen yang terperangkap dalam suatu produk sampai dengan persaingan yang tinggi, konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka sehingga wirausaha perlu memperhatikan lingkungan guna memanfaatkannya bagi peningkatan kinerja usaha

Pada hasil penelitian ini, lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja usaha karena pemilik wirausaha kurang memperhatikan tentang faktor- faktor dari luar usahanya yang dapat menimbulkan suatu petunjuk tentang kesempatan- kesempatan yang ada untuk berkembangnya usaha. Padahal lingkungan merupakan hal esensial yang berperan penting dalam pengembangan kewirausahaan. Apabila wirausaha lebih memperhatikan adanya variabel lingkungan, wirausaha akan dapat mengetahui tentang peluang yang tersedia, pengetahuan, juga keterampilan yang cukup untuk memulai dan mengelola bisnisnya sehingga dapat mempengaruhi kinerja usahanya secara positif.

Hasil pengujian hipotesis variabel media sosial terhadap pengaruhnya pada kinerja usaha, memiliki nilai T-statistic yaitu sebesar 3.980 dan P valuesnya yaitu sebesar 0.000, yang berarti H₀ tidak ditolak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha pada UMKM di Jakarta.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kent (2013:3) Media sosial merupakan segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi antar dua arah dan umpan balik. Media sosial dipakai dengan sangat produktif oleh seluruh masyarakat, bisnis, politik, media, periklanan, layanan gawat darurat.

Wirausaha perlu menerapkan pengadopsian media sosial pada usahanya karena media sosial merupakan segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi antar dua arah dan umpan balik. Media sosial dipakai dengan sangat produktif oleh seluruh masyarakat, bisnis, politik, media, periklanan, layanan gawat darurat. Untuk dapat meningkatkan kinerja usahanya, wirausaha harus memiliki media sosial untuk mengikuti perkembangan teknologi dan terus menerus mendapatkan informasi terbaru baik seputar pasar maupun pelanggannya.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang ada, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah orientasi kewirausahaan, lingkungan dan media sosial di Jakarta perlu terus dipertahankan dan dikembangkan agar kinerja pada usaha dapat terus meningkat dan dapat berkontribusi untuk menciptakan kegunaan dan hasil yang memuaskan.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat memperbesar jumlah sampel penelitian dan tidak hanya terpaku pada pembahasan dibidang kuliner saja melainkan dari seluruh bidang pekerjaan agar penelitian lebih variatif dan hasil yang diperoleh lebih akurat. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti mengenai kinerja usaha, ada baiknya agar menghubungkan dengan variabel- variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini dan mungkin berpengaruh dan bahkan belum diteliti seperti contohnya kepemimpinan, faktor keluarga dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebayo, P. (2015). Impact of social media on students entrepreneurial orientation: a study of selected institutions in Nigeria. *Journal of the International Association of Advanced Technology and Science*, 1(12), 1-13.
- Bastian, I. (2001). *Akuntansi Sektor Publik di Indonesia*. Yogyakarta: BPFE.
- Batjargal, B., Hitt, M., & Tsui, A. (2013). Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth. *Academy of Management Journal*, 56(4), 1024-49.
- Colton, D., Roth, M., & Bearden, W. (2010). Drivers of international e-tail performance: the complexities of orientations and resources. *Journal of International Marketing*, 18(1), 1-22.
- Farzana, P., Noor Ismawati, J., & Sulaiman, A. (2016). Social media's impact on organizational performance and entrepreneurial orientation in organizations. *Management Decision*, 2198-2211.
- Frishammar, J., & Horte, S. (2007). The role of market orientation and entrepreneurial orientation for new product development performance in manufacturing firms. *Technology Analysis & Strategic Management*, 19(6), 765-88.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dioponegoro.
- Griffin, W. (2004). *Manajemen. Edisi 10*. Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan, M. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Bandung: PT. Bumi Aksara.
- Hult, G., Hurley, R., & Knight, G. (2004). Innovativeness: its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5),429-438.
- Kent, M. (2013). a delphi study of the future of new technology research in public relations. *Public Relation Review*, 40(3), 31-65.

- Korsten, P., Lesser, E., & Cortada, J. (2013). Social business: An opportunity to transform. *Strategy & Leadership*, 41(3), 20–28.
- Lumpkin, G., & Dess, G. (2001). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Mai, Y., & Gan, Z. (2007). Entrepreneurial opportunities, capacities and entrepreneurial environments: Evidence from Chinese GEM data. *Chinese Management Studies*, 1(4), 200-220.
- Miller, L., & Dess, L. (2006). Handling nonresponse issues. *Journal of Extension*, 21(5), 10-50.
- Moerdiyanto, M. (2010). Pengaruh tingkat pendidikan manajer terhadap kinerja. *Cakrawala Pendidikan*, 1, 116-29.
- Philip, L. (2017). International Financial Integration in the Aftermath of the Global Financial Crisis. *International Monetary Fund*, 10-115.
- Primbada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 41-6.
- Qian, Z. (2004). *Chinese Auto Industry in 21 Century*. Beijing: Beijing Institute of Technology Press.
- Rudjito, A. (2003). Peran Lembaga Keuangan Mikro dalam Otonomi Daerah Guna Menggerakkan Ekonomi Rakyat dan Menanggulangi Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Rakyat*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill- building approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa F. (2013). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal*, 31(4), 357-83.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-91.
- Zhang, Y. (2002). The effect of entrepreneurial orientation on business performance: A role of network capabilities in China. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(2), 15-60.