
**PENGARUH JARINGAN BISNIS DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DENGAN MINAT USAHA SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

Bilqis Nabila
Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Malang
bilqis.nabila.1804136@students.um.ac.id (*corresponding author*)

Naswan Suharsono
Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Malang
naswan.suharsono.fe@um.ac.id

Masuk: 23-05-2023, revisi: 07-07-2023, diterima untuk diterbitkan: 10-07-2023

Abstract: The purpose of this study was to determine the effect of business networks and entrepreneurial characteristics on business success with business intention as an intervening variable. This research uses a nonprobability sampling method with a purposive sampling technique. Researchers collected 67 respondents for this study from the entrepreneurs of Pedalindo in Sidoarjo, East Java. The quantitative analysis technique used is Partial Least Square (PLS) based Structure Equation Modeling (SEM). The research results show that: (1) Business network has no significant effect on business intention; (2) The characteristics of entrepreneurs have a significant influence on business intention; (3) Business network has no significant effect on business success; (4) The characteristics of entrepreneurs have an influence and are significant on business success; (5) Business intention has no significant effect on business success; and (6) Business intention can mediate business networks and entrepreneurial characteristics on business success. These findings suggest to Pedalindo provides more facilities for members as the entrepreneurs of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to be able to increase interest in doing business and assist in achieving success.

Keywords: Business Network, Characteristics of Entrepreneurs, Business Intention, Business Success

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh jaringan bisnis dan karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha dengan minat usaha sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan pada 67 responden para pelaku UMKM Pedalindo di Sidoarjo, Jawa Timur. Teknik analisis kuantitatif yang digunakan adalah Structure Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Jaringan bisnis berpengaruh tidak signifikan terhadap minat usaha; (2) Karakteristik wirausahawan berpengaruh signifikan terhadap minat usaha; (3) Jaringan bisnis berpengaruh tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha; (4) Karakteristik wirausahawan berpengaruh dan signifikan terhadap keberhasilan usaha; (5) Minat usaha berpengaruh tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha; dan (6) Minat usaha dapat memediasi jaringan bisnis dan karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha. Temuan ini menyarankan kepada Pedalindo untuk lebih memberikan fasilitas kepada anggotanya sebagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar mampu meningkatkan minat dalam berusaha dan membantu dalam mencapai keberhasilan.

Kata Kunci: Jaringan Bisnis, Karakteristik Wirausahawan, Minat Usaha, Keberhasilan Usaha

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten di provinsi Jawa Timur dengan jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang relatif besar. Jumlah UMKM di Sidoarjo tiap tahunnya meningkat serta memberikan kontribusi yang besar. Besarnya kontribusi yang telah diberikan tidak menutup kemungkinan UMKM di Sidoarjo memiliki permasalahan yang menjadi hambatan dalam keberhasilan usahanya. Secara umum, permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah dalam hal permodalan (37%), pemasaran (35%), SDM (12%), bahan baku (11%), dan distribusi atau transportasi (4%) (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur, 2022). Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Sidoarjo adalah SDM yang terbatas dan memiliki kualitas yang rendah, hal ini didasari oleh fakta bahwa masih rendahnya kesadaran dimana tidak memiliki minat dan upaya untuk menjalankan usaha (memperluas jangkauan) serta menghadapi masalah-masalah bersifat internal dan eksternal yang dapat menjadi faktor penghambat keberhasilan usaha (Suprayitno, 2018).

Terdapat banyak usaha mikro pedagang kaki lima di Sidoarjo. Sebagian dari mereka berjualan secara ilegal di sepanjang jalan raya kawasan perumahan Taman Pinang Indah yang dijadikan sebagai tempat berkumpulnya ratusan pedagang yang tidak terstruktur dan menimbulkan permasalahan, yaitu menjadi penyebab kemacetan, mengganggu pengguna jalan, dan mengganggu kenyamanan warga. Sehingga, terjadinya penolakan oleh warga sekitar mengenai hal itu. Kehadiran para pedagang tersebut merupakan bentuk dari upaya masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja sendiri, namun kemampuan pemilik usaha tidak mendukung dalam pengadaan lahan usaha yang tepat. Sehingga, keberadaannya sering kali dikaitkan dengan realitas sosial, antara lain pendapatan yang rendah, pekerjaan tidak tetap, pendidikan yang tidak memadai, kurangnya kemampuan dalam berorganisasi, dan unsur ketidakpastian lainnya. Di sisi lain, para pedagang juga harus menghadapi persaingan usaha, sehingga perlu meningkatkan solidaritas dan jaringan yang memberikan dampak positif terhadap perkembangan usahanya. Berangkat dari masalah tersebut, terbentuklah paguyuban Pedalindo (Perkumpulan Pedagang Jalanan Indonesia) Sidoarjo pada tahun 2015.

Pedalindo merupakan organisasi massa formal yang telah terdaftar secara resmi di Disperindag (Dinas Perindustrian dan Perdagangan) yang secara intens bergerak dan memperjuangkan ekonomi kreatif berbasis kerakyatan. Pedalindo sudah mengurus izin dan mendapatkan izin secara resmi dari pemerintah kabupaten Sidoarjo sehingga memiliki hak untuk mengelola dan menempati sepanjang jalan Pondok Jati sebagai lokasi baru untuk berjualan para pedagang ilegal yang sebelumnya berjualan di kawasan perumahan Taman Pinang Indah. Sejak awalnya terbentuk sampai saat ini, pelaku UMKM Pedalindo mengalami beberapa kali penurunan performa bisnisnya. Terutama saat awal terjadinya pandemi Covid-19 sampai beberapa bulan setelahnya. Kondisi ini membuat para pelaku UMKM perlu memutar otak dalam berusaha untuk mempertahankan bisnisnya, seperti beberapa dari mereka mulai mencoba berjualan melalui internet dan beberapa usaha lainnya tenggelam. Pada saat itulah, peran Pedalindo, selama terjadinya penurunan, yang dapat diharapkan mampu membantu mengembalikan kondisi usaha anggotanya menjadi lebih baik.

Pedalindo sebagai media penghubung komunikasi antara pelaku usaha dan pemerintah, memberikan dukungan penuh berupa pelatihan kepada anggotanya untuk dapat tumbuh dan berkembang sehingga dapat memperluas pengetahuan dan pengalamannya dalam menjalankan usaha. Maka, peran Pedalindo sebagai jaringan bisnis dalam bentuk paguyuban bagi pelaku usaha sangatlah penting. Pelaku usaha yang memiliki koneksi baik dapat mencapai keuntungan khusus melalui sebuah jaringan (Ramsey, 2016). Dengan jaringan atau koneksi, memungkinkan suatu usaha kecil memperoleh informasi dan pengetahuan tentang pelanggan dan kebutuhan mereka, meningkatkan modal, menemukan bahan, menemukan pasar baru, dan membentuk produk dan layanan mereka (Desta, 2015; Nasution et al., 2022).

Mayoritas anggota Pedalindo adalah pelaku usaha kecil yang artinya usaha mereka memiliki tingkat kegagalan yang lebih tinggi dibandingkan kelas usaha di atasnya.

Kekhawatiran ini melibatkan ketidakmampuan pelaku UMKM dalam mempertahankan usaha mereka untuk jangka panjang, tidak adanya sumber daya tersebut yang dapat menyebabkan kegagalan. Faktanya, banyak usaha kecil yang gagal dalam tiga setengah tahun pertama. Dalam penelitian Nasution et al. (2022), menyoroti hubungan kesuksesan bisnis dan sumber daya merupakan faktor kunci pertumbuhan usaha kecil.

Dalam teori Resource-Based View (RBV) oleh Barney (1991) dalam Ismail (2022), organisasi (usaha) dapat memperoleh keuntungan dan keunggulan kompetitif melalui sumber daya yang tersedia yang disajikan pada mereka. Bergabung dalam jaringan bisnis untuk mencapai profitabilitas adalah bagian dalam meningkatkan sumber daya dari lingkungan eksternal. Keanggotaan bisnis adalah salah satu sumber daya eksternal bagi mereka untuk memperoleh layanan dari suatu asosiasi/organisasi, layanan yang paling populer adalah penyediaan informasi, saran, lobi, dan jaringan. Jaringan bisnis lebih familier dengan penyebutan *Entrepreneurial Business Network* (EBN) atau jaringan bisnis kewirausahaan. Jaringan bisnis kewirausahaan adalah jejaring sosial bisnis, yang membantu pelaku bisnis untuk berkomunikasi sehingga dapat menjaga hubungan dengan pengusaha lain untuk memperluas kepentingan bisnis dengan membentuk hubungan yang saling menguntungkan. Jaringan bisnis menjadi salah satu sumber daya penting yang strategis, yang memungkinkan usaha kecil tumbuh dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif. Artinya, jaringan bisnis kewirausahaan mampu membantu suatu usaha mencapai tujuannya.

Mencapai tujuan usaha merupakan bentuk keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha adalah kondisi ketika pelaku usaha mampu mencapai target yang diinginkan secara finansial maupun non-finansial. Meraih keberhasilan usaha dapat ditentukan oleh banyak faktor. Melihat dari data yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa pengaruh SDM pada UMKM di Indonesia secara umum memiliki peran yang penting dan UMKM di Sidoarjo menunjukkan hal yang serupa. Artinya, menjadi bagian dari asosiasi dalam jaringan bisnis saja tidak cukup untuk menjamin keberhasilan usaha karena pelaku UMKM perlu dorongan dari diri sendiri. Oleh sebab itu, hal yang akan disorot dalam penelitian ini selain jaringan bisnis adalah minat dan karakteristik yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Karakteristik seorang wirausaha dapat menentukan keberhasilan usaha. Karakteristik yang harus dimiliki oleh wirausaha adalah dapat berkomitmen dalam pekerjaan, memiliki kreativitas yang tinggi, dan sikap kemandirian (Pradana, 2019). Berdasarkan teori dalam bidang kewirausahaan, karakteristik wirausahawan dapat ditinjau dalam *psychological entrepreneurship theories* atau teori kewirausahaan psikologis, salah satunya, yaitu *big 5 personality traits theory* oleh Fiske (1949) dan dikembangkan lagi oleh Goldberg (1981). Pengaruh yang diberikan karakteristik terhadap keberhasilan usaha menunjukkan hasil yang positif, sehingga semakin kuat karakter wirausahawan yang dimiliki maka tingkat keberhasilan usaha yang dijalankan juga semakin tinggi. Selain itu, minat usaha dalam penelitian ini digunakan sebagai bantuan untuk menggambarkan dan menjelaskan tinggi rendahnya pengaruh jaringan bisnis dan karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha.

Minat usaha adalah kemauan pelaku usaha untuk terus berkembang dengan tujuan memajukan usaha yang dimilikinya agar mencapai target yang diinginkan. Dengan minat usaha yang tinggi diharapkan mampu mencapai keberhasilan dalam usahanya. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Ardiyanti dan Mora (2019) yang menunjukkan para wirausaha muda di kota Langsa memiliki keinginan untuk bisa mengimplementasikan ide untuk berinovasi serta mengembangkan hobi berbisnis merupakan bentuk dari minat mereka dalam berwirausaha, dalam penelitiannya memberi kesimpulan minat usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan fenomena tersebut, jika hal itu dibiarkan maka kemungkinan terburuknya adalah pemerintah daerah Sidoarjo akan mencabut izin Pedalindo karena dianggap belum cakap dalam menyelesaikan permasalahan UMKM. Artinya, sebagian UMKM di Sidoarjo yang menjadi anggota asosiasi Pedalindo dapat mengalami penurunan yang memberi akibat terhadap perekonomian Sidoarjo itu sendiri, dan penurunan perekonomian daerah akan

berpengaruh terhadap PDB nasional. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Sidoarjo dengan judul “Pengaruh Jaringan Bisnis dan Karakteristik Wirausahawan terhadap Keberhasilan Usaha dengan Minat Usaha sebagai Variabel *Intervening*”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: 1) Pengaruh langsung jaringan bisnis terhadap minat usaha pelaku UMKM; 2) Untuk mengetahui pengaruh langsung karakteristik wirausahawan terhadap minat usaha pelaku UMKM; 3) Pengaruh langsung jaringan bisnis terhadap keberhasilan UMKM; 4) Pengaruh langsung karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan UMKM; 5) Pengaruh langsung minat usaha terhadap keberhasilan UMKM; 6) Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha melalui minat usaha pelaku UMKM; dan 7) Pengaruh tidak langsung karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha melalui minat usaha pelaku UMKM.

TINJAUAN PUSTAKA

Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis adalah salah satu sumber daya penting strategis yang dapat diandalkan bagi suatu usaha untuk dapat tumbuh. Jaringan bisnis berfokus pada interaksi antar organisasi tertentu dalam suatu jaringan. Aktor yang akan terlibat dalam jaringan bisnis pada umumnya adalah mitra bisnis, pemasok, pesaing, pelanggan, dan atau pemangku kepentingan lainnya. Pada penelitian ini, menekankan pada pengaruh jaringan bisnis terhadap pelaku UMKM melalui peran asosiasi bisnis. Sehingga jaringan bisnis didefinisikan dengan keikutsertaan peran dari suatu asosiasi. Bennet dan Ramsden (2007) telah mengklasifikasikan bentuk kontribusi asosiasi sebagai jaringan bisnis menjadi lima yaitu nasihat, informasi, pemasaran, menambah kredibilitas, dan lobi perwakilan.

Karakteristik Wirausahawan

Wirausahawan dituntut untuk memiliki karakter yang kuat agar mampu dalam menjalankan dan bersaing dalam berusaha. Sebab, karakter merupakan gambaran seseorang untuk menilai kualitas dirinya. Karakteristik wirausahawan pada umumnya digambarkan dengan sifat-sifat seseorang yang bekerja keras, inovatif, percaya diri, tanggung jawab, berani menanggung risiko, pengendalian emosi, dan mandiri (Apriliani & Widiyanto, 2018; Pradana, 2019). Berdasarkan beberapa karakteristik wirausahawan yang telah dikemukakan oleh beberapa peneliti sebelumnya, menunjukkan adanya kesamaan. Teori sifat kepribadian “*Big Five Personality Traits Model*” yang dikenalkan oleh Goldberg (1993) yang terdiri dari lima elemen atau dikenal sebagai OCEAN (*Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, Neuroticism*) mampu mewakili karakteristik yang dimiliki oleh seorang wirausaha. Zhao et al. (2010) dan Goldberg (1993) dalam Awwad dan Al-Aseer (2021) berpendapat ciri-ciri *big five personality traits* dapat digunakan untuk mengekspresikan atau mengukur nilai kesesuaian dalam berwirausaha.

Minat Usaha

Minat adalah keadaan dimana seseorang menjadi termotivasi untuk fokus pada tujuan tertentu (Chhabra et al., 2020). Pemahaman konsep minat berwirausaha sangat penting dalam menentukan motif yang mendasari proses berwirausaha. Minat usaha umumnya diidentifikasi sebagai tujuan seorang wirausahawan untuk lintasan pertumbuhan dalam usahanya (Ali, 2018; Dutta & Thornhill, 2008). Kozan et al. (2006) dalam Akinboye (2020) mengklasifikasikan faktor yang menjadi dimensi pengukuran minat usaha adalah memiliki minat untuk melakukan peningkatan teknologi, agregasi sumber daya, dan ekspansi pasar.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan kondisi dimana suatu usaha telah mencapai tujuannya atau mampu mencapai standar keberhasilan. Standar keberhasilan yang digunakan sebagai indikator keberhasilan usaha masih menjadi perdebatan, beberapa peneliti menggunakan matriks keuangan sebagai standar keberhasilan dan peneliti lainnya menekankan indikator keberhasilan usaha pada non-keuangan. Terdapat keyakinan bahwa suatu usaha hanya berhasil jika mampu secara finansial ini menimbulkan pemikiran bahwa untuk menjadi usaha yang sukses mereka harus menghasilkan laba, meningkatkan laba, dan menunjukkan tingkat perkembangannya yang dinyatakan dalam laporan penjualan dan laba mereka (Perren, 2000; Tehseen et al., 2023). Tidak semua pelaku usaha kecil berusaha untuk berkembang, dan sebagainya mengartikan sukses adalah hanya untuk mempertahankan usaha yang telah mereka bangun (Whitson et al., 2018). Bagi usaha kecil, matriks keberhasilan yang paling penting adalah pencapaian tujuan pribadi, seperti otonomi, keterlibatan pribadi, dan keseimbangan kehidupan kerja daripada hasil finansial (Beaver, 2002; Tehseen et al., 2023). Menurut Noor (2017) dalam Dewi dan Herlina (2021), keberhasilan usaha dapat diukur dengan indikator laba, produktivitas, daya saing, kompetensi dan etika usaha, dan terbangunnya citra baik.

Pengaruh Jaringan Bisnis terhadap Minat Usaha

Jaringan bisnis mengarah kepada ketergantungan dari pelaku UMKM terhadap koneksi yang dimilikinya, dalam penelitian ini koneksi yang dimiliki pelaku UMKM adalah terhadap suatu asosiasi. Jaringan bisnis mampu menciptakan usaha yang lebih terarah sehingga mampu berjalan dengan baik. Jaringan bisnis dapat membangun minat dalam berkembang dimana pengaruhnya yaitu sumber daya yang dimiliki bisa dimanfaatkan dalam jaringan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnama dan Mardalis (2021) yang menyimpulkan bahwa terhadap hubungan positif dan signifikan jaringan bisnis terhadap minat usaha. Penelitian lain yang dilakukan oleh Igwe et al. (2020) menunjukkan hasil adanya pengaruh utama yang signifikan dan positif antara kompetensi jaringan terhadap minat berwirausaha. Hasil tersebut menyiratkan bahwa peningkatan dalam jaringan secara positif meningkatkan minat individu untuk terlibat dalam berwirausaha baik dalam bentuk komersial ataupun sosial.

H₁: Jaringan bisnis memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat usaha pelaku UMKM Pedalindo Sidoarjo.

Pengaruh Karakteristik Wirausahawan terhadap Minat Usaha

Minat usaha seorang wirausahawan dijelaskan sebagai wirausaha yang berkembang, berinteraksi dengan lingkungan dan yang menghadirkan kendala dan peluang. Minat untuk terus mengembangkan usaha didorong oleh sifat-sifat yang dianggap menjadi kunci seorang wirausahawan atau yang disebut dengan karakteristik wirausahawan. Karakteristik wirausahawan identik dengan seseorang yang memiliki semangat untuk mengeksplor peluang, berinovasi, terorganisir, rasa penasaran yang tinggi dan sifat lainnya yang dapat menggambarkan wirausahawan. Penelitian yang dilakukan Khan et al. (2021) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh lima besar kepribadian yang dijadikan sebagai dasar penentuan karakteristik wirausahawan terhadap minat kewirausahaan yang berorientasi pada keberlanjutan usaha. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Atiya dan Osman (2021) menunjukkan hasil yang serupa, terdapat pengaruh yang signifikan karakteristik kewirausahaan terhadap minat kewirausahaan.

H₂: Karakteristik wirausahawan memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat usaha pelaku UMKM Pedalindo Sidoarjo.

Pengaruh Jaringan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha

Faktor penting menjalankan UMKM dalam upaya peningkatan skala ekonomi, pengelolaan bisnis yang efisien, dan memperluas pangsa pasar yang menjadikan suatu usaha

mencapai keberhasilan adalah terikat dalam jaringan bisnis (Irawan, 2020). Hal ini ditunjukkan oleh Muslim et al. (2020) yang melakukan penelitian pada faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UKM di kabupaten Sleman dan menunjukkan hasil bahwa faktor jaringan paling memengaruhi keberhasilan UKM.

H₃: Jaringan bisnis memiliki pengaruh secara langsung terhadap keberhasilan UMKM Pedalindo Sidoarjo.

Pengaruh Karakteristik Wirausahawan terhadap Keberhasilan Usaha

Karakteristik wirausahawan adalah karakter tertentu yang menggambarkan seorang pelaku usaha. Karakter yang dimiliki memiliki ciri yang mampu mendorong dalam berjalannya suatu usaha untuk mencapai tujuan, seperti sifat kemandirian, peka terhadap kondisi pasar, kreatif, inovatif, dan lain sebagainya. Semakin kuat karakter yang dimiliki maka semakin besar peluang keberhasilan usahanya. Hal ini dibuktikan oleh Senjoyo (2018), hasil penelitiannya yang menunjukkan karakteristik wirausahawan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

H₄: Karakteristik wirausahawan memiliki pengaruh secara langsung terhadap keberhasilan UMKM Pedalindo Sidoarjo.

Pengaruh Minat Usaha terhadap Keberhasilan Usaha

Minat yang dimiliki oleh seseorang akan menjadi dorongan untuk kemajuan dalam berbisnis dibandingkan seseorang yang tidak memiliki minat dalam berbisnis karena tidak memiliki kesungguhan. Pelaku UMKM yang memiliki minat berwirausaha yang tinggi dalam menjalankan usahanya cenderung memiliki kemauan dalam berusaha yang lebih tinggi. Minat yang tinggi dalam berwirausaha akan menjadikan motivasi dalam mengembangkan usaha hingga mencapai keberhasilan. Dalam penelitian Ardiyanti dan Mora (2019), menunjukkan hasil bahwa minat usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Semakin tinggi minatnya maka tingkat keberhasilan dalam usahanya juga semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya, jika minat usaha yang dimiliki rendah maka tingkat keberhasilannya juga rendah. Penelitian Julius F. dan Suhartatik (2019) menunjukkan hal yang sama yaitu, minat berwirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

H₅: Minat usaha memiliki pengaruh secara langsung terhadap keberhasilan UMKM Pedalindo Sidoarjo.

Pengaruh Minat Usaha yang dapat Memediasi Jaringan Bisnis dan Karakteristik Wirausahawan terhadap Keberhasilan Usaha

Penelitian yang dilakukan Cao et al. (2022) menunjukkan bahwa karakteristik wirausahawan merupakan faktor utama dalam memengaruhi minat usaha mahasiswa. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa karakteristik wirausahawan ditemukan berpengaruh terhadap minat usaha di kalangan pengusaha muda. Minat dalam berusaha menjadi dorongan untuk mendapatkan momentum dalam menjalankan bisnis. Walaupun banyak pendorong dari pertumbuhan berbisnis, para peneliti sepakat bahwa minat usaha menjadi hal yang mendahului pertumbuhan. Minat usaha dipengaruhi oleh bagaimana seorang individu yang memiliki rasa ingin berusaha, memiliki semangat berusaha, dan lain sebagainya. Artinya, minat usaha dipengaruhi oleh karakteristik wirausahawan. Peneliti Yangailo dan Qutieshat (2022) menunjukkan bahwa karakteristik wirausahawan mampu memprediksi minat usaha dan juga menjamin keberhasilan usaha.

H₆: Jaringan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap keberhasilan usaha melalui minat usaha pelaku UMKM Pedalindo Sidoarjo.

H₇: Karakteristik wirausahawan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap keberhasilan usaha melalui minat usaha pelaku UMKM Pedalindo Sidoarjo.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mengelola data yang diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert. Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar sebagai anggota Pedalindo di Sidoarjo berjumlah sebanyak 200 anggota per 7 September 2022. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 67 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria untuk sampel yang diambil adalah anggota aktif Pedalindo (mengikuti kegiatan yang diadakan Pedalindo), pelaku UMKM yang sudah terdaftar secara resmi, dan memiliki pengalaman berwirausaha selama minimal 2 tahun.

Penelitian ini menggunakan variabel dan indikator yang dapat dilihat pada Tabel 1. Masing-masing dari indikator diberikan kode sesuai dengan variabelnya, yaitu: JB untuk jaringan bisnis, KW untuk karakteristik wirausahawan, MU untuk minat usaha, dan KU untuk keberhasilan usaha. Data diperoleh melalui kuesioner dengan rentang 5 skala Likert, yaitu skor 5 adalah sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 cukup setuju, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju.

Uji Structure Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) digunakan dalam penelitian. Dalam uji SEM-PLS terdapat dua tahap analisis, yaitu analisis *outer model* dan *inner model*. Pengujian *outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari setiap indikator. Uji reliabilitas mempertimbangkan nilai dengan kriteria, yaitu memiliki nilai *loading factor* pada uji *outer loading* > 0,708, nilai Cronbach’s Alpha > 0,7, dan *composite reliability* < 0,9 (Hair, Jr. et al., 2021). Sedangkan, uji validitas dibagi menjadi dua, yaitu uji validitas konvergen dengan kriteria penilaian AVE > 0,5 dan uji validitas diskriminasi dengan kriteria penilaian *Heterotrait-monotrait Ratio* (HTMT) < 0,90.

Pada pengujian *inner model*, digunakan untuk menganalisis hubungan pengaruh antar variabel laten. Evaluasi pada *inner model* dilakukan dengan mengamati nilai dari masing-masing uji multikolinier, *R-square*, dan *f-square*. Uji multikolinier dengan memperhatikan hasil dari nilai Variance Inflated Factor (VIF) harus lebih rendah atau sama dengan 3 (Hair, Jr. et al., 2019). Nilai *R-square* sebagai pedoman yang direkomendasikan oleh Hair, Jr. et al. (2019) adalah nilai *R-square* 0,75 (substansial), 0,50 (sedang), dan 0,25 (rendah). Nilai *f-square* untuk mengetahui kebaikan model dengan melihat patokan nilai yang telah direkomendasikan oleh Hair, Jr. et al. (2019) adalah nilai yang tinggi dari 0,20 (rendah), 0,15 (sedang), dan 0,35 (tinggi).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat hasil uji perhitungan *path coefficient*. Acuan menentukan penolakan atau penerimaan hipotesis adalah dengan menggunakan nilai *alpha* 5%. Nilai *t-statistic* untuk *alpha* 5% adalah 1,96, maka dari itu, kriteria penolakan atau penerimaan hipotesis adalah pada saat nilai *t-statistic* >1,96 dan nilai *p-value* <0,05.

Tabel 1
Indikator dan Item Variabel

Variabel	Indikator	Item	No. Item
Jaringan Bisnis (Bennett & Ramsden, 2007)	Advice (Nasihat)	Menjadi konsultan bagi setiap anggotanya.	JB1
		Memberikan bantuan dalam pemilihan penasihat.	JB2
	Information (Informasi)	Memberikan informasi tentang undang-undang atau peraturan.	JB3
		Memberikan informasi tentang hibah pemerintah dan pinjaman.	JB4
	Marketing (Pemasaran)	Membantu dalam pelatihan manajemen dan supervisor. Membantu dalam menentukan jaringan yang memiliki potensial.	JB5 JB6
Adding Credibility (Menambah Kredibilitas)	Bantuan dalam memenuhi standar dagang. Bantuan dalam mendaftarkan anggotanya.	JB7 JB8	
Lobbying and Representation (Lobi dan Perwakilan)	Membantu menyelesaikan komersial	JB9	

Variabel	Indikator	Item	No. Item
Karakteristik Wirausahawan (Awwad & Al-Aseer, 2021; Goldberg, 1993; John & Srivastava, 1999; Saptadjaya & Gunawan, 2020)	<i>Openness</i>	Mampu menciptakan ide baru. Mampu mengenali peluang usaha.	KW1 KW2
	<i>Conscientiousness</i>	Mampu melakukan pekerjaan secara efisien. Mampu fokus dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu.	KW3 KW4
	<i>Extraversion</i>	Mudah membangun jaringan sosial. Memiliki kepercayaan diri dalam bersosialisasi.	KW5 KW6 KW7
	<i>Agreeableness</i>	Memiliki rasa kepedulian. Mampu membangun kepercayaan.	KW8 KW9
	<i>Neuroticism</i>	Optimis mengontrol tingkat stres. Optimis menghadapi ketidakpastian.	KW10 KW11
Minat Usaha (Akinboye, 2020; Kozan et al., 2006)	Peningkatan teknologi	Meningkatkan persediaan peralatan. Meningkatkan sistem pengoperasian.	MU1 MU2 MU3
	Agregasi sumber daya	Memperluas periklanan dan promosi. Melakukan penelitian pada pasar.	MU4 MU5
	Ekspansi pasar	Menambah produk atau layanan. Memperluas pasar.	MU6 MU7
Keberhasilan Usaha (Noor, 2017)	Laba	Mengalami peningkatan laba.	KU1
	Produktivitas	Mengalami peningkatan dalam produktivitas produksinya.	KU2
	Daya Saing	Mampu mempertahankan usahanya. Mampu menciptakan loyalitas pada konsumen.	KU3 KU4
	Kompetensi dan Etika Usaha	Tingkat pengetahuan tentang usaha yang dimiliki.	KU5
	Terbangunnya Citra Baik	<i>Trust internal.</i> <i>Trust external.</i>	KU6 KU7

Sumber: Peneliti (2023)

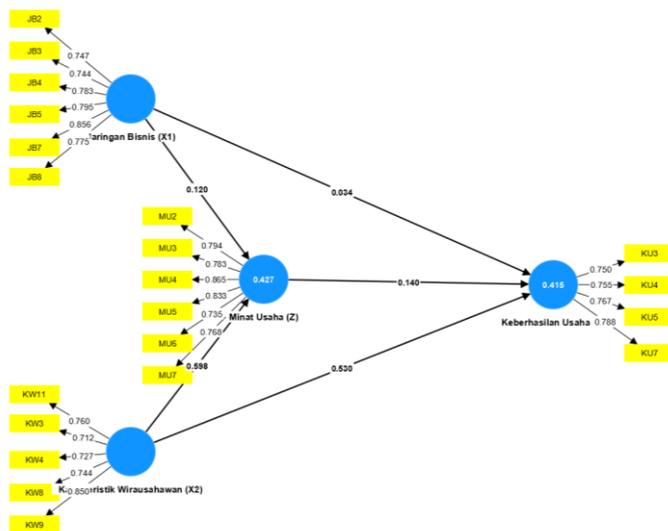
HASIL DAN KESIMPULAN

Analisa Outer Model

Uji Reliabilitas

Gambar 1

Outer Loading Tahap 3



Sumber: Peneliti (2023)

Hasil uji reliabilitas tahap pertama yang telah dilakukan menunjukkan adanya 12 item yang memiliki nilai *loading factor* < 0,708 sehingga harus dibuang karena item tersebut tidak reliabel untuk mengukur konstraknya, yaitu tiga item pada variabel jaringan bisnis (JB1, JB6,

JB9), enam item pada variabel karakteristik wirausahawan (KW1, KW2, KW5, KW6, KW7, KW10), satu item pada variabel minat usaha (MU1), dan dua item pada variabel keberhasilan usaha (KU2, KU6). Pada tahap pertama pengujian, item keseluruhan yang tersisa adalah 22 item. Selanjutnya, pada pengujian tahap kedua menunjukkan satu item yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,708 sehingga harus dibuang. Item yang tidak reliabel adalah item KU1. Sehingga total item pada tahap dua yang tersisa adalah 21 item. Setelah dilakukan pengujian kembali pada tahap tiga, hasilnya menunjukkan keseluruhan nilai memenuhi kriteria, yaitu memiliki *loading factor* > 0,708 yang dapat dilihat pada Gambar 1.

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	rho_a	Keterangan
Jaringan Bisnis	0,875	0,881	Reliabel
Karakteristik Wirausahawan	0,820	0,837	Reliabel
Keberhasilan Usaha	0,769	0,779	Reliabel
Minat Usaha	0,885	0,889	Reliabel

Sumber: Peneliti (2023)

Nilai reliabilitas konsistensi internal ditampilkan dalam Tabel 2. Dengan *composite reliability* yang dapat dilihat pada nilai rho_a sebesar 0,881 (X₁); 0,837 (X₂); 0,779 (Y); dan 0,889 (Z). Ketiga konstruk yang diukur secara reflektif memiliki tingkat reliabilitas konsistensi internal yang tinggi. Demikian untuk hasil Cronbach's Alpha menunjukkan nilai keseluruhan variabel berada di atas 0,7.

Uji Validitas
Validitas Konvergen

Tabel 3
AVE

Variabel	AVE	Keterangan
Jaringan Bisnis	0.615	Valid
Karakteristik Wirausaha	0.577	Valid
Keberhasilan Usaha	0.557	Valid
Minat Usaha	0.636	Valid

Sumber: Peneliti (2023)

Hasil uji validitas konvergen pada Tabel 3 menunjukkan nilai AVE pada setiap variabel adalah di atas level minimum yang disyaratkan, yaitu 0,50. Dengan demikian, ukuran dari keempat variabel yang telah diukur dinyatakan valid.

Validitas Diskriminasi

Tabel 4
HTMT

	X ₁	X ₂	Z	Y
Jaringan Bisnis				
Karakteristik Wirausahawan	0,459			
Keberhasilan Usaha	0,349	0,745		
Minat Usaha	0,389	0,724	0,581	

Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil HTMT pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa seluruh nilai HTMT lebih rendah daripada nilai ambang yang direkomendasikan, yaitu 0,9. Maka dapat disimpulkan bahwa uji diskriminan dinyatakan baik dan seluruh variabel dinyatakan valid.

Analisa Inner Model

Uji Multikolinier

Tabel 5

Hasil VIF

Variabel	X ₁	X ₂	Y	Z
Jaringan Bisnis			1,198	1,173
Karakteristik Wirausahawan			1,797	1,173
Keberhasilan Usaha				
Minat Usaha			1,746	

Sumber: Peneliti (2023)

Hasil VIF pada Tabel 5 menunjukkan setiap nilai variabel endogen menunjukkan nilai di atas 3, maka tingkat multikolinier antara variabel rendah. Artinya, hasil tersebut menguatkan estimasi parameter bersifat *robust* (tidak bias).

R-square

Tabel 6

R-square

Variabel	R-square	Keterangan
Keberhasilan Usaha	0,415	Rendah
Minat Usaha	0,427	Rendah

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 6 menunjukkan nilai *R-square* dari setiap variabel endogen dalam penelitian ini yaitu keberhasilan usaha dan minat usaha. Dapat diketahui nilai *R-square* untuk variabel keberhasilan usaha adalah 0,415 atau 41,5%. Artinya, variabel jaringan bisnis, karakteristik wirausahawan, dan minat usaha berkontribusi membentuk variabel keberhasilan usaha sebesar 41,5% dan sisanya sebesar 58,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Kemudian, nilai *R-square* variabel minat usaha diketahui 0,427 atau 42,7%. Hal ini menjelaskan variabel minat usaha memiliki kontribusi pengaruh jaringan bisnis dan karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha sebesar 42,7% dan sisanya sebesar 57,3% adalah kontribusi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

f-square

Tabel 7

f-square

	X ₁	X ₂	Y	Z
Jaringan Bisnis			0,002	0,021
Karakteristik Wirausahawan			0,267	0,532
Keberhasilan Usaha				
Minat Usaha			0,019	

Sumber: Peneliti (2023)

Hasil uji *f-square* pada tabel 7 menunjukkan bahwa substantif pengaruh jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha (0,002) dikategorikan sangat rendah dan terhadap minat usaha (0,21) dikategorikan rendah. Pengaruh karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha dikategorikan sedang (0,267) dan pengaruh terhadap minat usaha dikategorikan tinggi (0,531). Pengaruh minat usaha terhadap keberhasilan usaha dikategorikan rendah (0,019).

Pengujian Hipotesis

Tabel 8

Uji Hipotesis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel	Original Sampel (O)	T-statistics	P Values	Keterangan
X1->Z	0,120	1,161	0,246	Berpengaruh positif tidak signifikan
X2->Z	0,598	6,255	0,000	Berpengaruh positif signifikan
X1->Y	0,034	0,260	0,795	Berpengaruh positif tidak signifikan
X2->Y	0,530	4,656	0,000	Berpengaruh positif signifikan
Z->Y	0,140	1,000	0,318	Berpengaruh positif tidak signifikan
X1*Z->Y	0,084	0,906	0,365	Berpengaruh positif tidak signifikan
X2*Z->Y	0,017	0,767	0,443	Berpengaruh positif tidak signifikan

Sumber: Peneliti (2023)

Hipotesis 1

Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel jaringan bisnis (X_1) terhadap minat usaha (Z). Nilai koefisien bernilai positif, yaitu 0,120 yang menunjukkan arah hubungan antara X_1 dengan Z adalah positif. Hubungan antara X_1 dengan Z adalah tidak signifikan dengan nilai t -statistik sebesar 1,161 ($< 1,96$) atau p -values senilai 0,246 ($> 0,05$). Maka, H_1 dalam penelitian ini tidak didukung.

Hipotesis 2

Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel karakteristik kewirausahaan (X_2) terhadap minat usaha (Z). Nilai koefisien bernilai positif, yaitu 0,598 yang menunjukkan arah hubungan antara X_2 dengan Z adalah positif. Hubungan antara X_2 dengan Z adalah signifikan dengan nilai t -statistik sebesar 6,255 ($> 1,96$) atau p -values senilai 0,000 ($< 0,05$). Maka, H_2 dalam penelitian ini didukung.

Hipotesis 3

Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel jaringan bisnis (X_1) terhadap keberhasilan usaha (Y). Nilai koefisien bernilai positif, yaitu 0,034 yang menunjukkan arah hubungan antara X_1 dengan Y adalah positif. Hubungan antara X_1 dengan Y adalah tidak signifikan dengan nilai t -statistik sebesar 0,260 ($< 1,96$) atau p -values senilai 0,795 ($> 0,05$). Maka, H_3 dalam penelitian ini tidak didukung.

Hipotesis 4

Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel karakteristik wirausahawan (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y). Nilai koefisien bernilai positif, yaitu 0,530 yang menunjukkan arah hubungan antara X_1 dengan Z adalah positif. Hubungan antara X_2 dengan Y adalah tidak signifikan dengan nilai t -statistik sebesar 4,656 ($> 1,96$) atau p -values senilai 0,000 ($< 0,05$). Maka, H_4 dalam penelitian ini didukung.

Hipotesis 5

Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel minat usaha (Z) terhadap keberhasilan usaha (Y). Nilai koefisien bernilai positif, yaitu 0,140 yang menunjukkan arah hubungan antara Z dengan Y adalah positif. Hubungan antara Z dengan Y adalah tidak signifikan dengan nilai t -statistik sebesar 1,000 ($< 1,96$) atau p -values senilai 0,318 ($> 0,05$). Maka, H_5 dalam penelitian ini tidak didukung.

Hipotesis 6

Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel jaringan bisnis (X_1) terhadap keberhasilan usaha (Y) melalui minat usaha (Z). Nilai koefisien bernilai positif, yaitu 0,084 yang menunjukkan arah hubungan antara X_1 dengan Y melalui Z adalah positif. Hubungan

antara X_1 dengan Y melalui Z adalah tidak signifikan dengan nilai t -statistik sebesar 0,365 ($< 1,96$) atau p -values senilai 0,365 ($> 0,05$). Maka, H_6 dalam penelitian ini tidak didukung.

Hipotesis 7

Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel karakteristik wirausahawan (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y) melalui minat usaha (Z). Nilai koefisien bernilai positif, yaitu 0,017 yang menunjukkan arah hubungan antara X_2 dengan Y melalui Z adalah positif. Hubungan antara X_2 dengan Y melalui Z adalah tidak signifikan dengan nilai t -statistik sebesar 0,767 ($< 1,96$) atau p -values senilai 0,443 ($> 0,05$). Maka, H_7 dalam penelitian ini tidak didukung.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua hipotesis yang didukung dan lima lainnya tidak didukung. Variabel karakteristik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat usaha dan keberhasilan usaha (H_2 dan H_4). Sedangkan, jaringan bisnis memiliki pengaruh yang lemah terhadap minat usaha dan keberhasilan usaha (H_1 dan H_3). Begitu pula dengan minat usaha, yang memiliki pengaruh lemah terhadap keberhasilan usaha dan lemah dalam memediasi pengaruh antara jaringan bisnis dan karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha (H_5 , H_6 , dan H_7). Berdasarkan hal tersebut, seluruh hipotesis dalam penelitian ini yang menunjukkan hasil diterima artinya, mampu membuktikan variabel memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel yang memengaruhinya. Sedangkan, seluruh variabel yang memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel lainnya sesuai dengan hipotesis yang dibuat, namun tidak signifikan. Artinya, masih terdapat faktor lainnya yang lebih kuat dalam memberikan pengaruh terhadap minat usaha dan keberhasilan usaha pada pelaku usaha Pedalindo di Sidoarjo. Melalui Pedalindo, pelaku UMKM diharapkan lebih banyak mengambil manfaat ketimbang hanya ikut serta menjadi anggota pasif Pedalindo, sehingga mendapatkan nilai yang dapat diambil untuk mendorong kemajuan usaha yang sedang dijalani. Selain itu, karakteristik sebagai seorang wirausahawan perlu diperkuat dengan mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Pedalindo. Bagi Pedalindo perlu memberikan pelatihan yang tepat bagi anggotanya, sehingga sasaran manfaat dan nilai dapat sesuai tersalurkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akinboye, A. K. (2020). *Entrepreneurial growth intention: The role of effectual logic* [Thesis, University of Canterbury].
[https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/100695/Akinboye%2C](https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/100695/Akinboye%2C%20Abayomi_Final%20PhD%20Thesis.pdf?sequence=1)
 Abayomi_Final PhD Thesis.pdf?sequence=1
- Ali, R. S. (2018). Determinants of female entrepreneurs growth intentions: A case of female-owned small businesses in Ghana's tourism sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 387–404. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0057>
- Apriliani, M. F., & Widiyanto. (2018). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan tenaga kerja terhadap keberhasilan UMKM batik. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 761–776. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/28289>
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). Pengaruh minat usaha dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda di kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 168–178. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>
- Atiya, T., & Osman, Z. (2021). The effect of entrepreneurial characteristics on the entrepreneurial intention of university students in Oman and Sudan. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(4), 217–234. [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.8.4\(12\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.8.4(12))

- Awwad, M. S., & Al-Aseer, R. M. N. (2021). Big Five personality traits impact on entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial alertness. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 87–100.
<https://doi.org/10.1108/apjie-09-2020-0136>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Beaver, G. (2002). *Small business, entrepreneurship & enterprise development*. Financial Times/Prentice Hall.
- Bennett, R., & Ramsden, M. (2007). The contribution of business associations to SMEs: Strategy, bundling or reassurance? *International Small Business Journal*, 25(1), 49–76.
<https://doi.org/10.1177/0266242607071781>
- Cao, Y., Asad, M. M., Wang, L., Naz, A., & Almusharraf, N. (2022). Role of personality traits for entrepreneurial intentions of young entrepreneurs: A case study of higher education institution. *Frontiers in Psychology*, 13, 1–11.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1010412>
- Chhabra, S., Raghunathan, R., & Rao, N. V. M. (2020). The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 76–92. <https://doi.org/10.1108/apjie-06-2019-0034>
- Desta, N. T. (2015). *Networking as a growth initiative for small and medium enterprises in South Africa* [Master Dissertation, University of The Free State Bloemfontein].
<https://scholar.ufs.ac.za/handle/11660/2287>
- Dewi, R., & Herlina, T. (2021). Pengaruh kreativitas dan kemampuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner di Baturaja Timur Kabupaten Oku. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(1), 75–93. <https://doi.org/10.54895/jmbu.v2i1.914>
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur. (2022). *Laporan perhitungan nilai tambah bruto koperasi UMKM Jawa Timur*.
https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1681376658_LAPORAN PERHITUNGAN NTB KUMKM JATIM 2022.pdf
- Dutta, D. K., & Thornhill, S. (2008). The evolution of growth intentions: Toward a cognition-based model. *Journal of Business Venturing*, 23(3), 307–332.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2007.02.003>
- Fiske, D. W. (1949). Consistency of the factorial structures of personality ratings from different sources. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 44(3), 329–344.
<https://doi.org/10.1037/h0057198>
- Goldberg, L. R. (1981). Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. In L. Wheeler (Ed.), *Review of Personality and Social Psychology* (Vol. 2, pp. 141–165). SAGE.
- Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48(1), 26–34. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.48.1.26>
- Hair, Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer.
- Hair, Jr., J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Igwe, A., Ogbo, A., Agbaeze, E., Abugu, J., Ezenwakwelu, C., & Okwo, H. (2020). Self-efficacy and subjective norms as moderators in the networking competence–social entrepreneurial intentions link. *SAGE Open*, 10(3), 215824402093487.
<https://doi.org/10.1177/2158244020934878>
- Irawan, D. (2020). Peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah melalui jaringan usaha. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 103–116.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i2.82>

- Ismail, I. J. (2022). Why did I join networks? The moderating effect of risk-taking propensity on network linkage and the performance of women-owned businesses. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, 1–11. <https://doi.org/10.1108/xjm-05-2022-0113>
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The big five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In *Handbook of Personality: Theory and Research* (pp. 102–138). Guilford Press.
- Julius F., N. P., & Suhartatik, A. (2019). Faktor internal dan eksternal minat berwirausaha dan keberhasilan usaha pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(1), 53–63. <https://doi.org/10.35384/jkp.v15i1.164>
- Khan, S. N., Mubushar, M., Khan, I. U., Rehman, H. M., & Khan, S. U. (2021). The influence of personality traits on sustainability-oriented entrepreneurial intentions: the moderating role of servant leadership. *Environment, Development and Sustainability*, 23(9), 13707–13730. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01235-0>
- Kozan, M. K., Öksoy, D., & Özsoy, O. (2006). Growth plans of small businesses in Turkey: Individual and environmental influences. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 114–129. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00157.x>
- Muslim, R., Pratama, A. R., & Hidayat, T. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UKM di kabupaten Sleman berdasarkan formal concept analysis. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 4(2), 300–318. <https://doi.org/10.30645/j-sakti.v4i2.222>
- Nasution, M. D. T. P., Rini, E. S., Absah, Y., & Sembiring, B. K. F. (2022). Social network ties, proactive entrepreneurial behavior and successful retail business: a study on Indonesia small enterprises. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 24(1), 141–160. <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2020-0095>
- Noor, H. F. (2017). *Ekonomi manajerial* (Ed. Revisi). Rajawali Pers.
- Perren, L. (2000). Factors in the growth of micro-enterprises (Part 2): Exploring the implications. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7(1), 58–68. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000006805>
- Pradana, A. E. (2019). Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada petani lele di kota Madiun. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 1, 807–818. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/1197>
- Purnama, M. M. R., & Mardalis, A. (2021). *Pengaruh efikasi diri, kontrol perilaku dan jaringan usaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)* [Artikel Jurnal, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/93033/>
- Ramsey, E. (2016). It's not just what you know but who you know: Social capital theory and academic library outreach. *College and Undergraduate Libraries*, 23(3), 328–334. <https://doi.org/10.1080/10691316.2016.1206317>
- Saptadjaya, K., & Gunawan, L. (2020). The effect of self efficacy and big five personality traits towards entrepreneurial intention on international business management – international class students in Universitas Ciputra. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 9(2), 25–40. <https://doi.org/10.37715/jee.v9i2.1449>
- Senjoyo, I. K. S. (2018). Pengaruh karakteristik wirausahawan terhadap kesuksesan UMKM di kota surabaya. *AGORA*, 6(2), 1–6. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/7748>
- Suprayitno, D. K. (2018). *Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah di kabupaten Sidoarjo* [Artikel Jurnal, Universitas Erlangga]. <https://repository.unair.ac.id/74627/>
- Tehseen, S., Johara, F., Halbusi, H. Al, Islam, M. A., & Fattah, F. A. M. A. (2023). Measuring dimensions of perceived business success among Malaysian and Bangladeshi SME owners. *Rajagiri Management Journal*, 17(2), 102–124. <https://doi.org/10.1108/ramj-05-2021-0045>

- Whitson, H. E., Cronin-Golomb, A., Cruickshanks, K. J., Gilmore, G. C., Owsley, C., Peelle, J. E., Recanzone, G., Sharma, A., Swenor, B., Yaffe, K., & Lin, F. R. (2018). American geriatrics society and national institute on aging bench-to bedside conference: Sensory impairment and cognitive decline in older adults. *Journal of the American Geriatrics Society*, 66(11), 2052–2058. <https://doi.org/10.1111/jgs.15506>
- Yangailo, T., & Qutieshat, A. (2022). Uncovering dominant characteristics for entrepreneurial intention and success in the last decade: Systematic literature review. *Entrepreneurship Education*, 5(2), 145–178. <https://doi.org/10.1007/s41959-022-00073-z>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>