

PENGARUH INOVASI DAN KEPROAKTIFAN DALAM MENDORONG KINERJA USAHA SECARA BERKELANJUTAN

Jonathan¹, Kartika Nuringsih^{2*}

¹Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: Jonathan.115180290@stu.untar.ac.id

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

*Penulis Korespondensi

Masuk : 10-08-2022, revisi: 30-09-2022, diterima untuk diterbitkan : 22-10-2022

ABSTRAK

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi di masa pemulihan pasca pandemik maka situasi tersebut masih berdampak pada fluktuasi kinerja bisnis di sejumlah usaha diantaranya sektor perdagangan peralatan olahraga dan hobi. Secara umum terjadi trend aktivitas olahraga dan hobi di kalangan masyarakat sehingga komoditas usaha ini cenderung dibutuhkan masyarakat. Dalam situasi tersebut seharusnya tidak terlalu berdampak pada kinerja penjualan. Namun secara realitas pemilik toko menghadapi kendala mempertahankan target penjualan sehingga salah satu aspek yang perlu diteliti adalah menekankan perspektif orientasi kewirausahaan seperti inovasi, keproaktifan dan pengambilan risiko. Implementasi dimensi tersebut menjadi penting dipahami oleh pemilik toko. Hal ini dikarenakan berkaitan dengan strategi menarik permintaan pasar agar relevan dengan pencapaian kinerja usaha. Tujuan penelitian ingin mengetahui pengaruh dimensi orientasi kewirausahaan pada kinerja usaha toko olahraga dan hobi di Jakarta. Desain penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner disebarakan kepada pemilik toko peralatan olahraga dan hobi di Jakarta Barat, Utara dan Pusat. Teknik pemilihan sampel menggunakan *non-probability random sampling* dengan mempertimbangkan teknik *clustering* untuk memastikan jumlah di ketiga lokasi. Terkumpul 140 responden dengan setiap cluster berkisar 54-60 responden. Teknik analisis data menggunakan persamaan struktural dengan software Smart-PLS sebagai pengolahan data. Dihasilkan nilai *loading factor* dan *composite reliability* di atas 0.70 sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan juga reliabel. Hasil analisis menunjukkan inovasi dan keproaktifan berpengaruh signifikan pada tingkat 5 persen, sebaliknya pengambilan risiko tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Disimpulkan bahwa dimensi inovasi dan keproaktifan sudah dipertimbangkan oleh pemilik toko namun masih perlu memperhatikan pengambilan risiko untuk memperkokoh orientasi kewirausahaan agar terbentuk keunggulan bisnis berkelanjutan di masa mendatang.

Kata Kunci: inovasi, kinerja bisnis, keproaktifan, pengambilan risiko, orientasi kewirausahaan

ABSTRACT

In line with economic growth during the post-pandemic recovery period, this situation still has an impact on fluctuations in business performance in a number of businesses including the sports equipment trading sector and hobbies. In general, there is a trend in sports activities and hobbies among the community so that these business commodities tend to be needed by the community. In those situations it shouldn't impact sales performance too much. However, in reality, shop owners face obstacles in maintaining sales targets, so one aspect that needs to be examined is emphasizing an entrepreneurial orientation perspective such as innovation, proactiveness and risk taking. Implementation of these dimensions is important to understand by store owners. This is because it relates to the strategy of attracting market demand so it is relevant to achieving business performance. The goal of the study wants to determine the effect of the dimensions of entrepreneurial orientation on the business performance of sports and hobby shops in Jakarta. The research design uses a descriptive and quantitative approach. Data collection techniques using questionnaires were distributed to owners of sports equipment and hobby shops in West, North and Central Jakarta. The sample selection technique uses non-probability random sampling by considering the clustering technique to ensure the number in the three locations. Collected 140 respondents with each cluster ranging from 54-60 respondents. The data analysis technique uses structural equations with Smart-PLS software as data processing. The resulting loading factor and composite reliability values are above 0.70 so that all indicators are declared valid and also reliable. The result of analysis shows that innovation and proactiveness have a significant effect at the 5 percent level, while risk taking is not significant on business performance. It is concluded that the dimensions of innovation and proactivity have been considered by shop owners but still need to pay attention to taking risks to strengthen entrepreneurial orientation in order to form sustainable business advantages in the future.

Keywords: innovation, business performance, pro-active, risk taking, entrepreneurial orientation

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Laju pertumbuhan ekonomi sepanjang 2021 mencapai 3.69 persen mengindikasikan adanya peningkatan kinerja pada berbagai sektor bisnis di Indonesia. Beberapa tahun terakhir kinerja bisnis masih menghadapi kendala disebabkan oleh pandemic global sehingga imbasnya masih dirasakan oleh pelaku usaha sampai saat ini. Sebagai gambaran dari sector usaha mikro kecil dan menengah masih menghadapi masalah. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menunjukkan jumlah usaha di tahun 2021 mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,97% atau Rp.8,6 triliun (Mariana, 2022). Mengacu pada Nugroho (2022), survei selama pandemi menunjukkan 94.69% mengalami penurunan penjualan. Penurunan di atas 75% sebanyak 49.01% di sektor usaha ultra-mikro, 43.30% usaha mikro, 40% usaha kecil sedangkan 45,83% usaha menengah. Berdasarkan lama usaha, penurunan penjualan melebihi 75% terjadi pada masa usaha 5 tahun ke bawah (23.27%), 6-10 tahun (10.90%) dan di atas 10 tahun (8.84%). Gambaran tersebut menunjukkan secara umum kendala dalam pencapaian kinerja. Kinerja bisnis merupakan serangkaian proses bisnis dengan pengorbanan sejumlah sumber daya sehingga kemampuan menghasilkan kinerja tersebut perlu ditingkatkan agar makin berkontribusi kepada perekonomian di Indonesia. Situasi ini menarik dijadikan studi agar dapat dianalisis determinan penting apa saja dalam mempertahankan kinerja bisnis.

Meskipun selama pandemic berdampak buruk pada keberhasilan bisnis sebaliknya menciptakan peluang ekonomi bagi sektor usaha lainnya. Ketertarikan masyarakat pada aktivitas olahraga menghadirkan gaya hidup baru dengan menyalurkan hobi olahraga untuk meningkatkan imunitas sambil mengisi waktu beraktivitas dari rumah. Pada situasi tersebut konsumen memerlukan perlengkapan dan peralatan olahraga sehingga gaya hidup ini memberikan peluang ekonomi bagi usaha toko peralatan/perlengkapan olahraga. Peningkatan permintaan konsumen berpengaruh pada omset penjualan sehingga toko perlengkapan olahraga semestinya mengalami peningkatan omset secara signifikan dibandingkan masa sebelumnya atau sektor lainnya. Pendekatan berbasis *marketing mix* serta layanan pasca penjualan (*after sales service*) sudah biasa dilakukan untuk menarik minat beli konsumen agar memberikan dampak positif pada kinerja toko tersebut. Namun dalam realitasnya ditemukan kendala mempertahankan penjualan sehingga *marketing mix* ataupun *service quality* tidak sepenuhnya mampu sebagai penopang dan pendorong kinerja penjualan pada usaha retail seperti halnya toko peralatan olahraga.

Situasi disebabkan pandemi berdampak pada profitabilitas. Hal ini disebabkan oleh penurunan penjualan sementara harus menanggung sejumlah pengeluaran biaya tetap seperti sewa toko, gaji karyawan, listrik dan lainnya. Untuk harus dilandasi dengan kemampuan inovasi, kecepatan menangkap peluang pasar serta keberanian mengambil risiko dalam upaya mempertahankan penjualan. Pendekatan inovasi dapat meningkatkan permintaan pasar sehingga mendukung upaya mempertahankan penjualan. Meskipun laba menurun namun dalam situasi pandemic masih dapat menangkap peluang pasar. Upaya masyarakat menjaga kebugaran melalui olahraga dimanfaatkan sebagai terobosan penting melalui inovasi. Munculnya peluang ekonomi seharusnya dimanfaatkan untuk mempertahankan penjualan dan laba pada usaha distribusi dan penjualan peralatan olahraga maupun peralatan hobi terkait dengan olahraga.

Sejalan dengan perkembangan pasar dan gaya hidup konsumen maka pendekatan berbasis entrepreneurial perlu dipertimbangkan untuk mendorong kinerja usaha. Salah satu diantaranya adalah orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) memberikan pengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis seperti pertumbuhan penjualan, keuntungan dan jumlah konsumen. Konsep awal *entrepreneurial orientation* dikembangkan oleh (Lumpkin & Dess,

1996), meliputi tiga domain yaitu “*pro-active, innovativeness and risk taking*” kemudian dikembangkan dengan “*competitive aggressiveness dan autonomy*” seperti pada penelitian Bully (2017). Penelitian sebelumnya membuktikan pengaruh tersebut (Bully, 2017; Dos Santos & Marinho, 2018; Rezaei & Ortt, 2018; Alarifi *et al.*, 2019; Faloye & Owwoeye, 2021; Hossain *et al.*, 2022). Ketiga dimensi tersebut sebagai dasar dalam membangun orientasi kewirausahaan sehingga berkontribusi dalam meningkatkan kinerja bisnis. Dalam Wales *et al.*, (2019) disebutkan bahwa jauh sebelumnya tiga dimensi dikembangkan oleh Miller (1983) kemudian diuji oleh Covin & Slevin (1989) sebagai pengukur orientasi kewirausahaan.

Variabel orientasi kewirausahaan bersifat dinamis dengan perubahan model bisnis sehingga berpengaruh positif pada kinerja bisnis (Jiang *et al.*, (2018); Habib *et al.*, 2020; Muangmee *et al.*, 2021; Liu *et al.*, 2022) maupun keunggulan kompetitif berkelanjutan (Pratono *et al.*, 2019). Inovasi diperlukan agar produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan konsumen serta sebagai strategi bersaing. Seiring dengan perubahan kesadaran konsumen seorang wirausaha juga harus proaktif terhadap perubahan. Dalam menghadapi perubahan tersebut, wirausaha tidak lepas dari faktor risiko sehingga perlu kolaborasi dengan stakeholder agar mampu meminimalisasi risiko. Sebagai dimensi orientasi kewirausahaan, secara dimensional ataupun konstruktual berpengaruh dalam proses mencapai kinerja berkelanjutan. Pada situasi ini dilakukan penelitian mengenai dampak inovasi, keproaktifan serta keberanian mengambil risiko terhadap kinerja usaha pada jenis usaha tersebut.

Secara beragam beberapa penelitian di Indonesia mengidentifikasi keterkaitan dimensi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Theresa & Hidayah (2021) secara dimensional (inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko) berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah di Jakarta Utara. Dita & Soelaiman (2021) membuktikan mekanisme tersebut pada usaha konveksi. Secara signifikan mempengaruhi kinerja ekonomi pada kewirausahaan social di Surabaya (Sukendy & Hartono, 2020). Secara kualitatif, Astrini *et al.*, (2020) menyimpulkan tiga dimensi orientasi kewirausahaan memiliki peran penting dalam keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah. Kurniawan & Nuringsih (2021) menyimpulkan untuk menjaga keberlanjutan usaha perlu kesiapan inovasi produk, menghadapi resiko serta proaktif dengan perubahan lingkungan bagi sektor kuliner di Jambi. Sebelumnya, penelitian Ie & Pratama (2019) membuktikan pengaruhnya pada kinerja sektor ritel. Musthofa *et al.*, (2017) secara konstruktual orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha. Sebagai pembandingan, Manaf *et al.*, (2021) mengidentifikasi pengaruhnya pada kinerja kewirausahaan di Malaysia dimana inovasi dan pengambilan risiko memiliki hubungan signifikan atau studi Bully (2017) di Ethiopia.

Sejalan dengan keterkaitan dan potensi dari berbagai sektor dalam menerapkan orientasi kewirausahaan maka dimensi inovasi, keproaktifan dan pengambilan risiko ditempatkan sebagai variable eksogen terhadap kinerja usaha di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga. Sejalan dengan pasang surutnya penjualan serta munculnya peluang ekonomi dari aktivitas olahraga selama pandemi, dilakukan penelitian dampak ketiganya terhadap kinerja usaha di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga di Jakarta. Tujuan studi untuk mendapatkan gambaran mengenai persepsi pemilik usaha tersebut terhadap orientasi kewirausahaan khususnya ketiga dimensi tersebut serta pemahaman pemilik usaha terhadap upaya mempertahankan keberlanjutan bisnis melalui orientasi kewirausahaan.

Rumusan Masalah

Sejalan dengan permasalahan dalam mempertahankan kinerja usaha serta munculnya peluang ekonomi dari aktivitas olahraga selama pandemi maka dirumuskan masalah penelitian: apakah inovasi, keproaktifan dan pengambilan risiko memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga di Jakarta?.

Telaah Kepustakaan

Kinerja Bisnis (*Business Performance*)

Menurut Boabeng & Li (2018) kinerja bisnis didefinisikan sebagai pencapaian tujuan organisasi berkaitan dengan profitabilitas, pertumbuhan penjualan, pangsa pasar serta pencapaian tujuan strategis secara umum. Pandangan berbasis sumber daya menjelaskan bahwa perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dengan mengalokasikan sumber daya dalam pengembangan produk. Disimpulkan *business performance* adalah sejauhmana perusahaan memberikan hasil sesuai harapan dan tujuan perusahaan serta memenangkan persaingan. Studi ini menganalisis pengaruh dimensi orientasi kewirausahaan dengan mengacu pada metode, praktik dan gaya pengambilan keputusan. Manaf *et al.*, (2021) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai proses pembuatan strategi sebagai dasar mengambil keputusan organisasi dan tindakan manajer. Pembentukan konsep *entrepreneurial orientation* berasal dari Miller tahun 1983 (Manaf *et al.*, 2021; Wales *et al.*, 2019) di mana perusahaan diarahkan pada inovasi produk sesuai kebutuhan pasar dengan inisiatif mengambil risiko dan secara proaktif dalam menghadapi pesaing.

Inovasi (*Innovativeness*) dan Kinerja Usaha

Menurut Manaf *et al.*, (2021) *innovativeness* sebagai kecenderungan perusahaan memanfaatkan teknologi atau cara baru untuk meningkatkan kondisi perusahaan. *Innovativeness* meliputi ide-ide baru, kebaruan dan eksperimen. Hossain *et al.*, (2022) *innovativeness* sebagai kecenderungan kreativitas perusahaan terlibat dalam menghasilkan produk baru, proses teknologi atau layanan. *Innovativeness* menjelaskan seberapa kuat dorongan melakukan riset dan pengembangan serta inovasi (Linton, 2019). Disebutkan dalam Astrini *et al.*, (2020), *innovativeness* sebagai konsep dilakukan individu atau organisasi untuk mengkonseptualisasikan produk, proses dan ide-ide baru atau mendekati produk, proses dan ide yang sudah ada dengan pendekatan baru. Kegiatan ini mempercepat proses serta mengidentifikasi peluang, prosedur dan teknologi baru. Disimpulkan *innovativeness* sebagai konsep diterapkan dalam perusahaan dimana perusahaan mengutamakan unsur kebaruan dalam bentuk ide, produk, dan layanan dengan tujuan memimpin persaingan atau mengalahkan pesaing. Inovasi sebagai sarana merubah organisasi, respon pada perubahan lingkungan internal maupun eksternal serta sebagai langkah preventif menghadapi lingkungan. Sejalan dengan adanya peluang ekonomi dari peningkatan aktivitas dan hobi berolahraga selama pandemi maka inovasi bagi sektor yang bergerak di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga sangat perlu dilakukan agar meningkatkan kinerja usaha. Dengan demikian perumusan hipotesis:

H1: Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

Pro-aktif (*Pro-activeness*) dan Kinerja Usaha

Menurut Astrini *et al.*, (2020) *pro-activeness* dimaknai sebagai “*willingness to pursue ideas from opportunities presented along the way*” atau kemampuan seseorang/organisasi dalam merespon kebutuhan masyarakat secara cepat sehingga dapat mulai menerapkan konsep bisnis baru atau meluncurkan produk baru. *Pro-activeness* sebagai proses perusahaan menghasilkan produk untuk mengantisipasi permintaan konsumen di masa depan dibandingkan dengan pesaing. *Pro-activeness* sebagai pendekatan manajemen dengan orientasi di masa mendatang atau diartikan menjadi lebih aktif mencari peluang baru dan menghadapi segala ancaman sebelum

terjadi (Alarifi *et al.*, 2019). *Pro-activeness* didefinisikan sebagai yang pertama datang dengan inovasi sehingga disarankan agar fokus pada kecepatan berinovasi serta memperkenalkan produk dan layanan pada konsumen (Linton, 2019). Disimpulkan *pro-activeness* mengacu pada kecenderungan perusahaan secara lebih cepat menghadapi perubahan menggunakan konsep bisnis agar responsif terhadap pasar. Dengan pro-aktif tersebut menjadi responsif terhadap pasar sehingga meningkatkan kinerja bisnis (Onyenma & Hamilton, 2020). Sejalan dengan peningkatan aktivitas olahraga selama pandemi, kemampuan pro-aktif bagi usaha yang bergerak di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga dapat ditingkatkan agar meningkatkan kinerja usaha. Dengan demikian perumusan hipotesis:

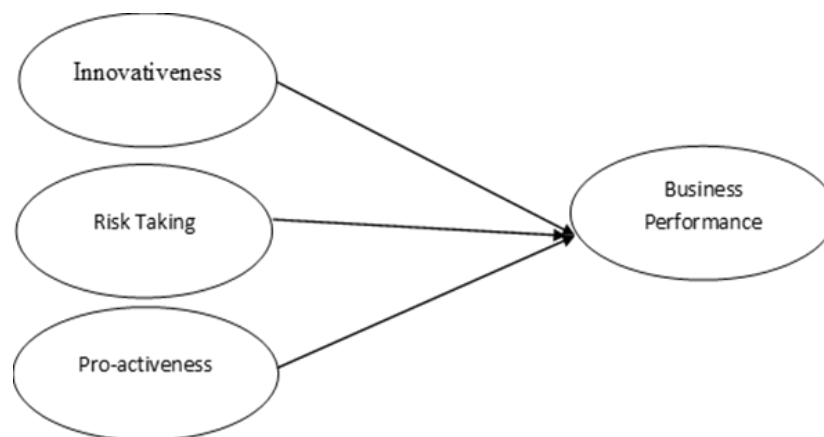
H2: Keproaktifan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Pengambilan Risiko (*Risk Taking*) dan Kinerja Usaha

Berdasarkan Alarifi *et al.*, (2019) terdapat berbagai jenis risiko yang dianalogikan sebagai berikut: (1) menjelajahi tempat yang sebelumnya tidak diketahui, (2) komitmen dalam pembelian aset, atau (3) meminjam modal secara besar-besaran. Risiko dikaitkan dengan pengembalian dan pertukaran risiko, probabilitas kerugian atau toleransi terhadap ketidakpastian. Selain itu, *risk taking* adalah kesediaan (atau keengganan) terlibat dalam proyek berisiko tinggi meskipun dengan pengembalian tinggi (Boabeng & Li, 2018). Namun demikian terdapat perbedaan antara individu dalam mempersepsikan pengambilan risiko. Menurut Astrini *et al.*, (2020) *risk-taking* merupakan keputusan mengalokasikan sumber daya pada usaha yang mengandung risiko dalam mendapatkan keuntungan. Wirausaha menggunakan sumber daya terbatas dalam lingkungan kompetitif sehingga perlu lebih berani dalam mengambil risiko. Disimpulkan *risk-taking* sebagai budaya perusahaan dimana keberanian mengambil risiko sebagai keunggulan bersaing. Sejalan dengan peningkatan aktivitas olahraga, keberanian mengambil risiko bagi sektor yang bergerak di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga dapat ditingkatkan agar dapat meningkatkan kinerja usaha. Dengan demikian perumusan hipotesis:

H3: Pengambilan risiko berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

Berdasarkan kajian teori dan hubungan antara variabel dari berbagai penelitian sebelumnya maka keterkaitan antara variabel digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian
Sumber: dikembangkan oleh penulis

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif dalam pengujian pengaruh ketiga dimensi orientasi kewirusahaan dalam mendorong kinerja bisnis sektor yang bergerak di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga Jakarta. Pada satu sisi usaha ini merasakan dampak buruk pandemic Covid-19, meskipun tidak sedikit pelaku usaha menikmati peluang. Selama masa pembatasan aktivitas atau bekerja dari rumah masyarakat cenderung memanfaatkan waktu dengan olahraga sehingga meningkatkan permintaan produk peralatan olahraga.

Populasi penelitian seluruh usaha bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga di Jakarta. Teknik pengambilan sampel secara *non-probability sampling* sehingga tidak semua anggota populasi mendapatkan kesempatan sama terpilih sebagai responden. Penelitian ini menerapkan *purposive sampling* dengan kriteria awal telah menjalankan usaha minimal 3 tahun serta berlokasi di Jakarta (Jakarta Barat, Utara dan Pusat). Penentuan jumlah sampel setiap lokasi menggunakan teknik *clustering* agar setiap lokasi dapat diambil sampel pada kisaran jumlah yang hampir sama. Sesuai kriteria sebanyak 140 pemilik usaha di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga dilibatkan sebagai responden dengan kisaran 54-60 responden di setiap lokasi. Masa pengumpulan Mei-Juni 2022.

Teknik analisis data menggunakan persamaan struktural. Pengujian outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas model penelitian dengan kriteria menghasilkan *loading factor* di atas 0.60 dan *composite reliability* di atas 0.70. Pengujian inner model (hipotesis) berdasarkan nilai uji-t pada tingkat signifikansi 5%. Pengolahan data menggunakan Smart-PLS dengan pendekatan berbasis varian sehingga hasil analisis digunakan memprediksi kinerja bisnis.

Tabel 1. Penjabaran Indikator
Sumber: Musthofa *et al.*, (2017); Manaf *et al.*, (2021)

<i>Variabel</i>	<i>Indikator</i>
Kinerja Bisnis (<i>Business Performance</i>)	Pertumbuhan penjualan
	Pertumbuhan keuntungan
	Pertumbuhan jumlah konsumen
Inovasi (<i>Innovativeness</i>)	Ketersediaan lini produk baru
	Konsistensi lini produk
	Kekuatan R&D, teknologi dan inovasi
	Pendekatan baru dalam penyelesaian masalah
Keproaktifan (<i>Pro-activeness</i>)	Kecepatan merespon aliran dana
	Kecepatan merespon peluang
	Pelayanan cepat
Pengambilan risiko (<i>Risk-taking</i>)	Terdepan mendatangkan produk baru
	Keberanian mempelajari projek berisiko
	Keberanian bersaing
	Urgensi tindakan sebelum dilakukan pesaing

Tabel 1 merangkum indikator untuk mengukur ke-4 variabel berdasarkan pada studi sebelumnya. Indikator kinerja bisnis (*businnes performance*) mengacu pada Musthofa *et al.*, (2017) sebanyak 3 item. Pengukuran inovasi (*innovativeness*) dan keproaktifan (*pro-activeness*) menggunakan 4 indikator sedangkan pengambilan risiko (*risk taking*) 3 indikator mengacu pada Manaf *et al.*, (2021). Berdasarkan tabel tersebut indikator dikembangkan menjadi kuesioner dengan skala interval 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Kuesioner disebarakan kepada responden secara langsung dan melalui *google forms*. Penentuan skala 1-5 dengan pertimbangan memudahkan responden menentukan pilihan dalam mengisi kuesioner .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Keseluruhan responden sebanyak 140 pelaku usaha bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga di Jakarta. Profil sebagai berikut: (1) Lama Usaha: 35% berdiri kurang dari 3 tahun, 35% selama 3-5 tahun dan sisanya 30% telah menjalankan usaha lebih dari 5 tahun. (2) Kepemilikan Cabang: 54% belum mempunyai sedangkan 46% sudah memiliki cabang. (3) Jumlah Karyawan: 50% mempekerjakan antara 5-10 karyawan sedangkan sisanya kurang dari 5 orang. Profil ini menggambarkan variasi responden yang berada di Jakarta Barat, Utara dan Pusat.

Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian validitas dengan *loading factor* di atas 0.60 dengan uji-t di atas 1.96 sehingga dipastikan seluruh indikator valid. Demikian juga dengan pengujian reliabilitas menghasilkan *composite reliability* di atas 0.70 sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
 Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS

Variabel	Indikator	Nilai Loading	Uji-t	Status	Reliabilitas	Status
Business Performance	BP1	0.906	49.758	Valid	0.918	Reliabel
	BP2	0.867	28.580			
	BP3	0.893	39.521			
Innovativeness	IN1	0.831	25.751	Valid	0.907	Reliabel
	IN2	0.839	28.701			
	IN3	0.828	23.479			
	IN4	0.872	36.954			
Pro-activeness	PRO1	0.851	29.287	Valid	0.917	Reliabel
	PRO2	0.893	43.573			
	PRO3	0.829	22.616			
	PRO4	0.853	30.511			
Risk-Taking	RT1	0.884	47.747	Valid	0.909	Reliabel
	RT2	0.883	43.318			
	RT3	0.865	34.031			

Hasil Pengujian Hipotesis

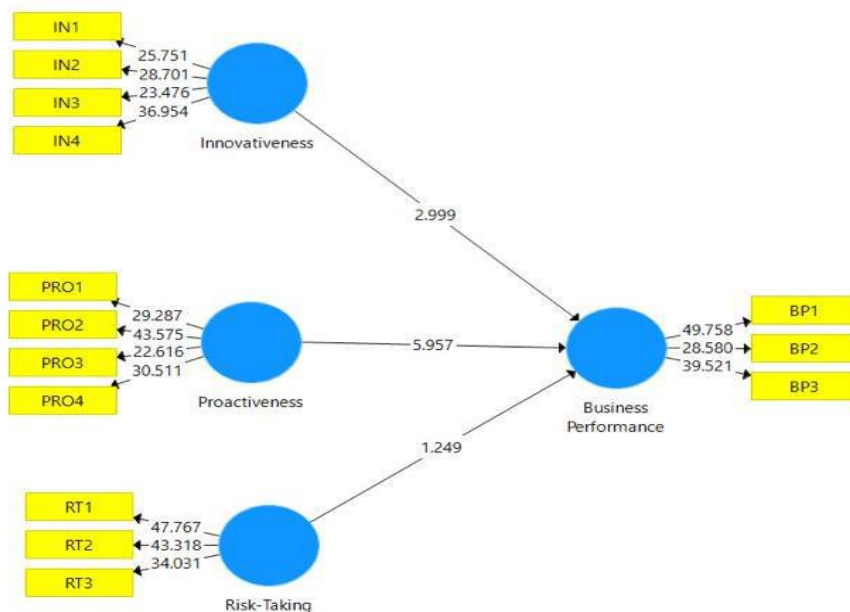
Tabel 3 menunjukkan koefisien jalur hasil pengolahan regresi berganda dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil ini mengindikasikan adanya pengaruh signifikan *innovativeness* terhadap *business performance*. Pengujian menghasilkan nilai *t-statistic* sebesar 2.999 dimana nilai ini lebih tinggi dari 1.96 serta menghasilkan nilai *p-values* sebesar 0.003 sehingga nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian disimpulkan hipotesis pertama (H1) dapat diterima dengan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 3. Hasil Koefisien Jalur
 Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS

Path	Original Sample	T Statistics	P Values	Hasil Pengujian
<i>Innovativeness -> business performance</i>	0.328	2.999	0.003	H1 diterima
<i>Pro-activeness -> business performance</i>	0.550	5.957	0.000	H2 diterima
<i>Risk-taking -> business performance</i>	0.068	1.249	0.212	H3 tidak diterima

Selanjutnya hasil menunjukkan pengaruh signifikan *proactiveness* terhadap *business performance*. Pengujian menghasilkan nilai *t-statistic* sebesar 5.957 dimana nilai ini lebih tinggi dari 1.96 atau nilai *p-values* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) dapat diterima di tingkat signifikansi 5%. Pengujian terakhir menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan *risk-taking* terhadap *business performance*. Pengujian menghasilkan nilai *t-statistic* sebesar 1.249 dimana nilai ini lebih tinggi dari 1.96 atau nilai *p-values* sebesar 0.212 lebih besar dari 0.05 sehingga disimpulkan hipotesis ketiga (H3) tidak dapat diterima. Dari hasil pengujian tersebut hanya inovasi (*innovativeness*) dan keproaktifan (*pro-activeness*) yang memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis (*business performance*).

Hasil menunjukkan R^2 0.804 dan adjusted R^2 0.799 sehingga dapat diestimasi bahwa tiga dimensi orientasi kewirausahaan berpengaruh pada kinerja usaha sebesar 79.90% atau mendekati 80%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 20% kinerja usaha dipengaruhi oleh dimensi lain dari orientasi kewirausahaan serta variabel lainnya. Nilai Q^2 sebesar 0.620 menunjukkan kemampuan prediksi secara baik. Nilai *goodness of fit* sebesar 0.774 mengindikasikan kesesuaian model penelitian dalam kondisi baik. Sejalan dengan hasil pengujian hipotesis, nilai F^2 variabel *innovativeness* sebesar 0.111 sedangkan *proactiveness* sebesar 0.393 dimana keduanya lebih besar dari 0.02 sehingga mengindikasikan pengaruh kuat terhadap kinerja usaha. Sementara itu nilai F^2 pada *risk-taking* sebesar 0.012 menunjukkan pengaruh lemah terhadap kinerja usaha. Pola tersebut sesuai dengan hasil penerimaan hipotesis.



Gambar 2. Hasil Bootstrapping
 Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS

Gambar 2 menunjukkan bootstrapping pengujian *outer model* menghasilkan nilai t-hitung di atas 1.96 sehingga 14 indikator dinyatakan valid. Pengujian inner model menunjukkan *innovativeness* dan *proactiveness* menghasilkan nilai t-hitung di atas 1.96 sehingga keduanya menunjukkan adanya pengaruh signifikan kepada *business performance* sedangkan *risk-taking* pengaruhnya tidak sekuat dua variabel sebelumnya.

Diskusi

Inovasi memiliki efek signifikan dengan kinerja bisnis sehingga hubungan tersebut sesuai dengan studi sebelumnya seperti: Manaf *et al.*, (2021); Boabeng & Li (2018); Theresa & Hidayah (2021), Dita & Soelaiman (2021). Dalam situasi pandemi inovasi dilakukan untuk menangkap peluang adanya ketertarikan konsumen dalam aktivitas olahraga. Penggunaan aplikasi online, teknologi digital sebagai pendekatan untuk mendekat dengan konsumen. Adanya aplikasi kebugaran dan olahraga secara online mendukung promosi dan penjualan produk-produk peralatan olahraga. Kemampuan inovasi mencerminkan kecenderungan perusahaan memanfaatkan teknologi atau cara-cara baru untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Dalam situasi pandemi dilakukan agar perusahaan mampu bertahan dengan cara mencari dan mengembangkan ide-ide baru, kebaruan dan eksperimen. Dengan inovasi tinggi cenderung memiliki kemampuan bersaing lebih kuat dengan mengandalkan pada kebaruan produk, pelayanan dan teknologi sehingga meningkatkan kinerja bisnis.

Melalui pro-aktif sebagai indikasi pemilik usaha selama masa pandemi berusaha mencari peluang baru untuk mempertahankan kinerja perusahaan serta menghadapi masalah (Wales *et al.*, 2019). Hasil ini sesuai dengan studi Manaf *et al.*, (2021); Boabeng & Li (2018); Theresa & Hidayah (2021). Secara mandiri dan spontan para pelaku usaha berusaha beradaptasi dengan perubahan baru selama pandemi. Sebagai organisasi bisnis berusaha proaktif merencanakan dan membangun masa depan daripada menunggu kekuatan eksternal dalam menentukan tujuan di masa mendatang (Onyenma & Hamilton 2020). Tetapi dalam situasi pandemi Covid-19 berskala global merupakan hal baru bagi pelaku usaha sehingga tidak mudah atau tidak cepat beradaptasi dengan perubahan tersebut. Terlalu besar risiko harus ditanggung sehingga *risk-taking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Kolaborasi antara pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya diperlukan dalam menekan risiko sehingga berkontribusi mempertahankan kinerja berkelanjutan.

Mengacu pada nilai factor loading teridentifikasi bahwa nilai validitas kinerja bisnis tertinggi pada indikator pertama (PB1) mengenai pertumbuhan penjualan sedangkan terendah indikator kedua (PB2) terkait pertumbuhan keuntungan. Demikian juga dengan inovasi teridentifikasi nilai *factor loading* tertinggi pada indikator keempat (IN4) terkait penggunaan pendekatan baru dalam penyelesaian masalah. Sedangkan validitas terendah pada indikator ketiga (IN3) tentang kekuatan R&D, teknologi dan inovasi. Hasil sesuai dengan jenis usaha di bidang distribusi dan penjualan peralatan olahraga bahwasannya aktivitas riset dan pengembangan produk lebih banyak dilakukan pada sektor manufaktur atau industri kreatif. Bagi pemilik toko dalam melakukan riset dan pengembangan terbatas pada analisis pasar dan media sosial dalam menangkap peluang pasar. Indikator keproaktifan kedua (PRO2) memberikan nilai validitas tertinggi menekankan kecepatan merespon aliran dana, sedangkan terendah pada indikator ketiga (PRO3) mengenai kecepatan merespon peluang. Terakhir terkait pengambilan risiko teridentifikasi *loading factor* tertinggi pada indikator kedua (RT2) mengenai keberanian mempelajari proyek berisiko, sedangkan terendah pada indikator ketiga (TR3) tentang keberanian bersaing.

Berdasarkan Boabeng & Li (2018) dalam menelaah hasil studi ini mengacu pada *Resource-Based View* (RBV). Disebutkan bahwa perusahaan yang memiliki sumber daya secara spesifik dan kemampuan cepat membaca tindakan atau perilaku pesaing akan mampu menghasilkan kinerja tinggi dan menghantarkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Sumber daya maupun kemampuan berinovasi, proaktif dan pengambilan risiko sangat menentukan keberhasilan perusahaan. Hasil studi menggambarkan kesesuaian dengan *Resource-Based View* khususnya kemampuan berinovasi dan keproaktifan. Sebagai pengembangan implementasi orientasi

kewirausahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan indikator yang memberikan *loading factor* rendah seperti ulasan pada bagian sebelumnya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam situasi pandemi diidentifikasi dua variabel berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga di Jakarta. Pengaruh terbesar pada variabel keproaktifan dengan memberikan pengaruh positif signifikan di tingkat 5%. Pengaruh kedua pada variabel inovasi dengan memberikan pengaruh positif signifikan pada tingkat 5%. Keduanya sebagai penopang dan pendorong kinerja penjualan pada usaha toko peralatan olahraga, sedangkan pengambilan risiko tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Perubahan gaya hidup dan pola kerja selama pandemi memberikan kesempatan kepada masyarakat/konsumen dalam penyaluran hobi olahraga secara rutin. Meskipun sudah beralih pada masa pasca pandemic tetapi kebiasaan hobi berolahraga tetap dilakukan oleh masyarakat sehingga momen menjaga kebugaran atau imun tubuh tetap menjadikan peluang ekonomi. Dengan demikian untuk mengejar pertumbuhan penjualan dan profitabilitas perlu ditindaklanjuti dengan pendekatan orientasi kewirausahaan melalui inovasi dan tindakan proaktif. Meskipun *risk taking* belum memberikan pengaruh kuat pada kinerja usaha. Terlalu besar risiko bagi pelaku usaha sehingga sebagai saran implementasi perlu kolaborasi dengan pemerintah dan pemangku kepentingan dalam rangka menekan risiko. Hal tersebut berkontribusi dalam mempertahankan kinerja secara berkelanjutan.

Sebagai rekomendasi bagi pelaku usaha, dengan belajar selama masa pandemic perlu penguatan kemampuan dan sumber daya dalam mendorong kemampuan berinovasi, keproaktifan dan mengkalkulasi risiko sehingga mendukung pencapaian kinerja dan keunggulan kompetitif. Saran bagi penelitian selanjutnya agar mempertimbangkan dua dimensi orientasi kewirausahaan yaitu: *competitive aggressiveness* dan *autonomy*. Kedua dimensi tersebut belum dilibatkan dalam model penelitian sehingga dengan menambahkan kedua dapat mendorong kinerja usaha. Peluang selanjutnya dapat mengembangkan dinamika pada orientasi kewirausahaan seperti dalam penelitian Jiang et al., (2018); Habib et al., 2020; Muangmee et al., 2021; Liu et al., 2022).

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada LPPM Universitas Tarumanagara atas kontribusinya dalam pelaksanaan Tugas Akhir dengan SPK No: 0460-Int-KLPPM/UNTAR/IV/2022. Terima kasih kepada pemilik usaha di bidang distribusi dan perdagangan peralatan olahraga di Jakarta sebagai responden.

REFERENSI

- Alarifi, G., Robson, P. & Kromidha, E. (2019). The Manifestation of Entrepreneurial Orientation in the Social Entrepreneurship Context. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10, 3, 307-327. 10.1080/19420676.2018.1541015
- Astrini, N.J., Rakhmawati, T., Sumaedi, S. & Bakti, I.G.M.Y., Yarmen, M. & Damayanti, S. (2020). Innovativeness, Proactiveness, and Risk-taking: Corporate Entrepreneurship of Indonesian SMEs. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 722, 1-13. 012037. 10.1088/1757-899X/722/1/012037
- Boabeng, F.O. & Li, C. (2018). Entrepreneurial Innovation and Risk Taking On Firm Performance: Empirical Evidence from Entrepreneurial Enterprises in Ghana. *International Journal of Business and Management Invention*, Vol. 7, Issue 12, December, 65-77.
- Buli, B.M. (2017). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Performance of Smes in The Manufacturing Industry: Evidence from Ethiopian Enterprises. *Management Research Review*, Vol. 40, No. 3, 292-309. <https://doi.org/10.1108/MRR-07-2016-0173>

- Dita. & Soelaiman, L. (2021). Pengaruh Pengambilan Resiko, Inovasi, Proaktif, *Competitive Aggressiveness* Dan Otonomi Terhadap Kinerja Usaha Konveksi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol. III, No. 1, 186-195.
- Dos Santos, I.L. & Marinho, S.V. (2018). Relationship Between Entrepreneurial Orientation, Marketing Capability and Business Performance in Retail Supermarkets in Santa Catarina (Brazil). *Innovation & Management Review*, Vol. 15, No. 2, 118-136. DOI 10.1108/INMR-04-2018-008
- Faloye, D.O. & Owoeye, I. (2021). Business Model Innovation and Micro and Small Enterprises' Performance in Nigeria: Does Entrepreneurial Orientation Mediate?. *European Journal of Economics and Business Studies*, Vol. 7, Issue 2, May-August, 1-29.
- Habib, M.A., Bao, Y. & Ilmudeen, A. (2020). The Impact of Green Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Green Supply Chain Management Practices on Sustainable Firm Performance. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1743616>
- Hossain, K., *et al.*, (2022). Impact of Innovativeness, Risk-Taking, and Proactiveness on Export Performance in a Developing Country: Evidence of Qualitative Study. *RAUSP Manag. J.* Vol. 57 No. 2, 165-181. DOI 10.1108/RAUSP-01-2021-0002
- Ie, M. & Pratama, V. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pada Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Ritel. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 1, 156-164. 10.24912/jmieb.v3i1.4279
- Jiang, W., Chai, H., Shao, J. & Taiwen, F. (2018). Green Entrepreneurial Orientation for Enhancing Firm Performance: A Dynamic Capability Perspective. *Journal of Cleaner Production*. 198, 1311-1323. 10.1016/j.jclepro.2018.07.104
- Koe, W-L. (2016) The Relationship between Individual Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 13. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>
- Kurniawan, J.H. & Nuringsih, K. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Makanan Khas Jambi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1, April. 176-187. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.13357>
- Linton, G. (2019). Innovativeness, Risk-Taking, and Proactiveness in Startups: A Case Study and Conceptual Development. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, 1-21. <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0147-5>
- Liu, N., Hu, H. & Wang, Z. (2022). The Relationship between Institutional Pressure, Green Entrepreneurial Orientation, and Entrepreneurial Performance-The Moderating Effect of Network Centrality. *Sustainability*, 14, 12055. <https://doi.org/10.3390/su141912055>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Journal*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Manaf, N.A.B.A., Ariffin, K.H.B.K., Nasution, M.D.T.P. & Yossie Rossanty, Y. (2021). Do Innovativeness, Proactiveness, and Risk-Taking affect Business Performance?: Entrepreneurial insights of FAMA's Entrepreneurs. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 3(1), 1-19.
- Mariana, H. (2022). <https://money.kompas.com/read/2022/02/04/070800426/pentingnya-peran-dan-kontribusi-umkm-dalam-pemulihan-ekonomi-indonesia?page=all>, 10 Mei 2022
- Muangmee, C., Dacko-Pikiewicz, Z., Meekaewkunchorn, N., Kassakorn, N. & Khalid, B. (2021). Green Entrepreneurial Orientation and Green Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Social Sciences*, 10, 136. <https://doi.org/10.3390/socsci10040136>

- Musthofa, Sugeng Wahyudi, Naili Farida. & Ngatno. (2017). Effect of Entrepreneurial Orientation on Business Performance. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 8(9), 2017, 82–90. <http://www.iaeme.com/IJCIET/issues.asp?JType=IJCIET&VType=8&IType=9>
- Nugroho, A.E. (2022). Link: <http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-umkm-di-masa-pandemi-covid19/22071> diambil 10 Mei 2022.
- Onyenma O.U. & Hamilton, D.I., & (2020). Proactiveness and Performance of Small and Medium Enterprises in Rivers and Bayelsa States of Nigeria. *American Research Journal of Humanities & Social Science*, Vol. 03, Issue-09, 29-35.
- Pratono, A.H., Darmasetiawan, N.K., Yudianto, A. & Jeong, B.G. (2019). Achieving Sustainable Competitive Advantage through Green Entrepreneurial Orientation and Market Orientation: The Role of Inter-Organizational Learning. *The Bottom Line*, <https://doi.org/10.1108/BL-10-2018-0045>
- Rezaei, J. & Ortt, R. (2018). Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Mediating Role of Functional Performances. *Management Research Review*. DOI 10.1108/MRR-03-2017-0092
- Sukendy, L.R. & Hartono, W. (2020). The Influence of Innovativeness, Risk Taking, and Proactiveness Toward Social Enterprise Economic Performance in Surabaya. *Journal of Accounting, Entrepreneurship, and Financial Technology*, Vol. 3, No. 2. DOI: <https://doi.org/10.37715/jaef.v2i1.1863>
- Theresa, I. & Hidayah, N. (2021). The Effect of Innovation, Risk-Taking, and Proactiveness on Business Performance Among MSMEs in Jakarta. Dalam Prosiding Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2021), *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol. 653, 42-48.
- Wales, W., Gupta, V.K., Marino, L. & Shirokova, G. (2019). Entrepreneurial Orientation: International, Global and Cross-Cultural Research. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(2), 95-104. <https://doi.org/10.1177/026624261881342>