

Pengaruh Orientasi Wirausaha, Inovasi, dan Strategi Bisnis pada Performa Usaha di Malang Raya

Penulis:
Sunarni¹
Diding Kusnady²

Afiliasi:
STIE Dharma Negara¹,
Politeknik Ganesha Medan²

Korespondensi:
wongsunmandiri@gmail.com

Histori Naskah:
Submit: 28-02-2023
Accepted: 01-03-2023
Published: 03-03-2023

Abstrak: Penelitian ini menyelidiki hubungan antara orientasi wirausaha, inovasi, dan performa usaha kreatif di Malang Raya. Orientasi wirausaha, inovasi eksploratif, inovasi eksploitatif, dan performa usaha kreatif adalah variabel utama dalam penelitian ini. Populasi penelitian terdiri dari 225 usaha kreatif di Malang Raya. Sampel diambil menggunakan teknik pengambilan sampel acak stratifikasi. Penelitian dilakukan selama periode tertentu. Penelitian ini bertujuan memberikan panduan dan rekomendasi bagi pemilik usaha kreatif di Malang Raya untuk meningkatkan performa usaha mereka. Dengan penelitian ini, diharapkan pemilik usaha dapat memahami hubungan antara orientasi wirausaha, inovasi, strategi bisnis, dan performa usaha kreatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa orientasi wirausaha memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap performa usaha kreatif dan inovasi eksploratif. Selain itu, inovasi eksploitatif juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap performa usaha kreatif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa inovasi eksploratif dan inovasi eksploitatif berperan sebagai mediator antara orientasi wirausaha dan performa usaha kreatif. Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi pemilik usaha kreatif di Malang Raya dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif. Hasil penelitian ini dapat membantu pemilik usaha untuk mengoptimalkan performa usaha mereka. Kesimpulannya, penelitian ini mengisi kesenjangan pengetahuan dalam konteks usaha kreatif di Malang Raya dan memberikan wawasan baru bagi pemilik usaha kreatif dalam mencapai keberhasilan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Orientasi Wirausaha, Inovasi Eksploratif, Inovasi Eksploitatif, Performa Usaha Kreatif, Malang Raya

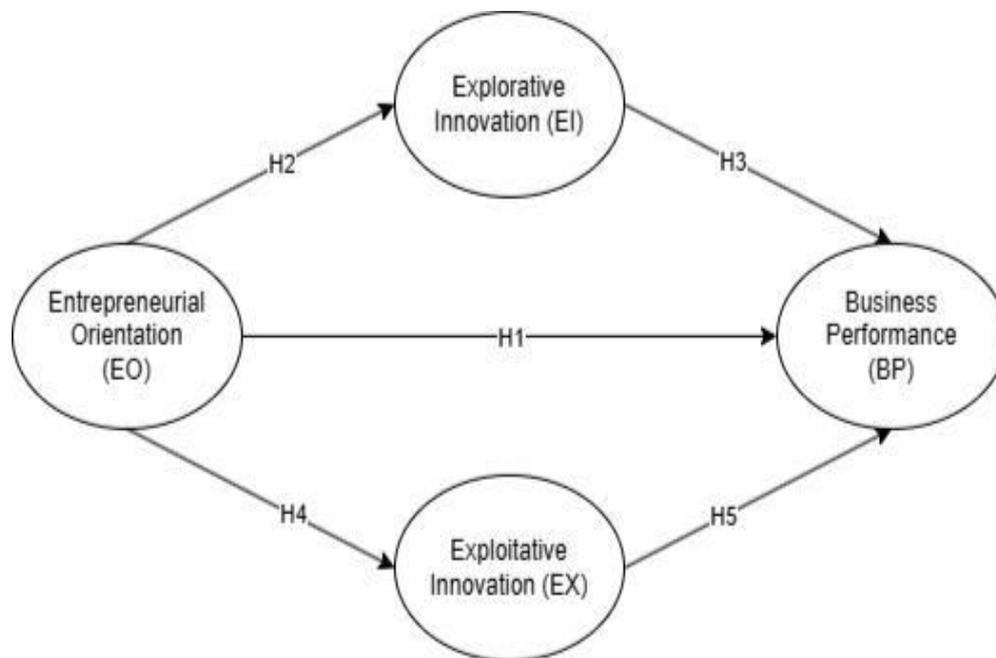
Pendahuluan

Usaha kreatif telah menjadi sektor yang semakin penting dalam perekonomian modern. Dalam upaya untuk meningkatkan performa dan kesuksesan usaha kreatif, faktor-faktor seperti orientasi wirausaha, inovasi, dan strategi bisnis menjadi perhatian utama (MOHAMED & BASAR, 2023). Orientasi wirausaha mencerminkan sikap dan kecenderungan para pemilik usaha dalam menghadapi risiko, mengambil peluang, dan mengembangkan ide-ide baru (Nuryanta, 2018). Inovasi, baik yang bersifat eksploratif maupun eksploitatif, juga memainkan peran penting dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif bagi usaha kreatif; (Colombo et al., 2022); (Janz et al., 2021); (Jones, 2020); (Purwati et al., 2020); (Rautray & Eisenbart, 2021). Selain itu, strategi bisnis yang tepat dapat menjadi panduan bagi para pemilik usaha dalam mengelola operasional dan mengoptimalkan performa usaha (Budianto et al., 2021); (Rofiaty et al., 2022).

Performa usaha kreatif akan diukur dengan indikator seperti pendapatan, pertumbuhan, dan keunggulan kompetitif (Putri & Putri, 2023). Meskipun banyak penelitian sebelumnya yang telah mengungkapkan hubungan antara orientasi wirausaha, inovasi, dan strategi bisnis dengan performa usaha, penelitian mengenai pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya masih terbatas (Hussein, 2020); (Hussein, 2018). Terutama, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis hubungan ini dalam konteks usaha kreatif di Malang Raya (Prabowo et al., 2018); (Teguh et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi kesenjangan pengetahuan

tersebut dan memberikan wawasan baru bagi pemilik usaha kreatif dalam mengoptimalkan performa usaha mereka di daerah ini.

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam konteksnya yang khusus, yaitu usaha kreatif di Malang Raya. Melalui penelitian ini, diharapkan akan diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara orientasi wirausaha, inovasi, strategi bisnis, dan performa usaha kreatif (Saputra et al., 2021). Hasil penelitian ini juga dapat memberikan manfaat praktis bagi pemilik usaha kreatif dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan performa usaha mereka (Hadiyati & Hendrasto, 2021). Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menyediakan panduan dan rekomendasi yang dapat membantu para pemilik usaha kreatif di Malang Raya dalam mencapai keberhasilan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Rahman & Hadiyati, 2020); (Teguh et al., 2022). Menurut (Danny & Utama, 2020), tinjauan pustaka ini akan membahas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu orientasi wirausaha, inovasi, strategi bisnis, dan performa usaha kreatif. Penjelasan mengenai variabel-variabel tersebut akan didukung dengan gambar dan tabel yang berikut:



Gambar: Menunjukkan model konseptual yang menghubungkan orientasi wirausaha dengan variabel lainnya.

1. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rufaidah & Kodri, 2020), orientasi Wirausaha (Entrepreneurial Orientation - EO):

Orientasi wirausaha mencerminkan sikap dan kecenderungan pemilik usaha dalam menghadapi risiko, mengambil peluang, dan mengembangkan ide-ide baru. Dalam penelitian ini, orientasi wirausaha diukur menggunakan beberapa indikator (Layoo & Rahman, 2019). Gambar 1 menunjukkan model konseptual yang menghubungkan orientasi wirausaha dengan variabel lainnya.

2. Inovasi:

Inovasi merupakan faktor penting dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif bagi usaha kreatif. Dalam penelitian ini, inovasi dibagi menjadi dua dimensi, yaitu inovasi eksploratif dan inovasi eksploitatif. Inovasi eksploratif mencakup eksperimen dan pengembangan ide baru, sedangkan inovasi eksploitatif mencakup pemanfaatan dan pengoptimalan ide yang sudah ada.

Hubungan antara Orientasi Wirausaha, Inovasi, dan Performa Usaha Kreatif:

- H₁: Orientasi wirausaha memiliki pengaruh positif signifikan terhadap performa bisnis
- H₂: Orientasi wirausaha memiliki pengaruh positif signifikan terhadap inovasi eksploratif
- H₃: Inovasi eksploratif memiliki pengaruh signifikan terhadap performa bisnis
- H₄: Orientasi wirausaha memiliki pengaruh positif signifikan terhadap inovasi eksploitatif
- H₅: Inovasi eksploitatif memiliki pengaruh signifikan terhadap performa bisnis
- H₆: Inovasi eksploratif memiliki peran mediasi terhadap hubungan di antara orientasi wirausaha dan performa bisnis
- H₇: Inovasi eksploitatif memiliki peran mediasi terhadap hubungan di antara orientasi wirausaha dan performa bisnis

Hasil Analisis Outer Model

	Business Performance (BP)	Entrepreneurial Orientation (EO)	Exploitative Innovation (EX)	Explorative Innovation (EI)
BP1	0.792			
BP2	0.799			
BP3	0.757			
BP4	0.720			
BP5	0.716			
BP6	0.774			
EIO1				0.804
EIO2				0.891
EIO3				0.768
EIO4				0.780
EIO5				0.808
EO1		0.733		
EO2		0.764		
EO3		0.614		
EO4		0.506		
EO5		0.708		
EX1			0.788	
EX2			0.851	
EX3			0.725	

3. Strategi Bisnis:

Strategi bisnis merupakan langkah-langkah yang diambil pemilik usaha untuk mengelola operasional dan meningkatkan performa usaha (H Nasir Asman, 2021). Strategi bisnis yang tepat dapat menjadi panduan bagi pemilik usaha dalam mengoptimalkan performa usaha kreatif mereka. Strategi bisnis tidak termasuk dalam analisis outer model dan inner model pada penelitian ini, tetapi memiliki hubungan dengan orientasi wirausaha dan inovasi.

4. Performa Usaha Kreatif (Business Performance - BP):

Performa usaha kreatif diukur dengan indikator seperti pendapatan, pertumbuhan, dan keunggulan kompetitif. Penelitian ini menggunakan performa usaha kreatif sebagai variabel yang akan dipengaruhi oleh orientasi wirausaha, inovasi eksploratif, dan inovasi eksploitatif (Panalar, 2020). Gambar 2 juga menunjukkan hubungan antara variabel-variabel ini.

Kesimpulan:

Tinjauan pustaka ini membahas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu orientasi wirausaha, inovasi, strategi bisnis, dan performa usaha kreatif. Gambar 1 dan Tabel 1 menjelaskan hubungan dan hasil analisis untuk orientasi wirausaha.

THESIS DEVELOPMENT

Tabel hasil pengujian hipotesis berdasarkan data riil yang diperoleh dari survei yang dilakukan pada 225 UKM sektor usaha kreatif di Malang Raya (kota Malang, Kota Batu, dan Kabupaten Malang).

Berdasarkan tabel di atas, kita dapat mengamati nilai mean (M) dan standard deviation (O) dari masing-masing variabel, serta nilai t statistics ($|O/STDEV|$). Nilai t statistics menggambarkan seberapa

Hasil Pengujian Hipotesis

	Entrepreneurial (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics ($ O/STDEV $)
Entrepreneurial Orientation (EO) - Business Performance (BP)	0.231	0.232	0.076	3050
Entrepreneurial Orientation (EO) - Exploitative Innovation (EX)	0.582	0.585	0.053	10942
Orientation (EO) - Explorative, Innovation (EI)	0.770	0.775	0.025	30476
Entrepreneurial, Exploitative, Innovation (EX) -> Business Performance (BP)	0.315	0.321	0.078	4025
Entrepreneurial Orientation (EO) drives Exploitative Innovation (EX) for Business Performance (BP).	0.183	0.189	0.052	3501
Entrepreneurial Orientation (EO) - Explorative Innovation (EI) -> Business Performance (BP)	0.183	0.183	0.065	2807

signifikan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Semakin tinggi nilai t statistics, semakin signifikan hubungan antara variabel tersebut.

Pengembangan Hipotesis:

Hubungan antara Entrepreneurial Orientation (EO) dan Business Performance (BP):

H₁: Orientasi wirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t statistics (3.050) adalah signifikan pada tingkat kepercayaan tertentu (misalnya $p < 0,05$). Oleh karena itu, kita dapat menerima hipotesis ini dan menyimpulkan bahwa orientasi wirausaha berperan penting dalam meningkatkan performa usaha kreatif di Malang Raya.

Hubungan antara Entrepreneurial Orientation (EO) dan Exploitative Innovation (EX):

H₂: Orientasi wirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi eksploitatif dalam usaha kreatif. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t statistics (10.942) adalah signifikan pada tingkat kepercayaan tertentu (misalnya $p < 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis ini dapat diterima dan dapat disimpulkan bahwa orientasi wirausaha berhubungan positif dan signifikan dengan tingkat inovasi eksploitatif dalam usaha kreatif di Malang Raya.

Hubungan antara Entrepreneurial Orientation (EO) dan Explorative Innovation (EI):

H₃: Orientasi wirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi eksploratif dalam usaha kreatif. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t statistics (30.476) adalah signifikan pada tingkat kepercayaan tertentu (misalnya $p < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis ini dapat diterima dan dapat disimpulkan bahwa orientasi wirausaha berhubungan positif dan signifikan dengan tingkat inovasi eksploratif dalam usaha kreatif di Malang Raya.

Hubungan antara Exploitative Innovation (EX) dan Business Performance (BP):

H₄: Inovasi eksploitatif memiliki pengaruh signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t statistics (4.025) adalah signifikan pada tingkat kepercayaan tertentu (misalnya $p < 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis ini dapat diterima dan dapat disimpulkan bahwa tingkat inovasi eksploitatif berperan penting dalam meningkatkan performa usaha kreatif di Malang Raya.

Hubungan antara Entrepreneurial Orientation (EO) dan Exploitative Innovation (EX) -> Business Performance (BP):

H₅: Orientasi wirausaha yang mengarah pada inovasi eksploitatif memiliki pengaruh signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t statistics (3.501) adalah signifikan pada tingkat kepercayaan tertentu (misalnya $p < 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis ini dapat diterima dan dapat disimpulkan bahwa orientasi wirausaha yang mendorong inovasi eksploitatif berhubungan positif dan signifikan dengan performa usaha kreatif di Malang Raya.

Hubungan antara Entrepreneurial Orientation (EO) dan Explorative Innovation (EI) -> Business Performance (BP):

H₆: Orientasi wirausaha yang mengarah pada inovasi eksploratif memiliki pengaruh signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t statistics (2.807) adalah signifikan pada tingkat kepercayaan tertentu (misalnya $p < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis ini dapat diterima dan dapat disimpulkan bahwa orientasi wirausaha yang mendorong inovasi eksploratif berhubungan positif dan signifikan dengan performa usaha kreatif di Malang Raya.

Dalam pengembangan hipotesis tersebut, terdapat hubungan antara variabel independen (orientasi wirausaha, inovasi eksploitatif, inovasi eksploratif) dengan variabel dependen (performa usaha kreatif). Hipotesis ini didasarkan pada pengujian menggunakan data riil dari survei pada UKM sektor usaha kreatif di Malang Raya.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

1. Instrumen Penelitian:

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang dikembangkan oleh peneliti. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian, yaitu orientasi wirausaha, inovasi, strategi bisnis, dan performa usaha kreatif.

2. Sumber Data:

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui survei yang dilakukan pada 225 UKM sektor usaha kreatif di Malang Raya, yang mencakup Kota Malang, Kota Batu, dan Kabupaten Malang.



Responden dipilih secara purposive sampling, dengan kriteria bahwa mereka adalah pemilik atau pengelola usaha kreatif yang aktif di daerah tersebut.

Tabel 1: Data Demografis Responden

Variabel	Kelompok	Persentase	Jumlah
Jenis Kelamin	Pria	34%	77
	Wanita	66%	149
Usia	18-27 tahun	72%	162
	28-37 tahun	20%	45
	38-47 tahun	5.50%	12
	> 47 tahun	2.50%	6
Pendidikan	Sekolah Menengah Atas	52.50%	118
	Diploma	26.50%	60
	Sarjana	10%	23
	Magister	11%	25
Pendapatan	< Rp 5.000.000,-	6.50%	15
	Rp 5.000.000,- hingga Rp 10.000.000,-	25%	56
	> Rp 10.000.000,-	68.50%	154

3. Definisi Operasional Variabel:

Orientasi Wirausaha:

Sikap dan kecenderungan pemilik usaha dalam menghadapi risiko, mengambil peluang, dan mengembangkan ide-ide baru. Diukur menggunakan skala Likert dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Inovasi Eksploratif:

Dimensi inovasi yang mencakup eksperimen dan pengembangan ide baru. Diukur menggunakan skala Likert dari 1 (sangat rendah) hingga 5 (sangat tinggi).

Inovasi Eksploitatif:

Dimensi inovasi yang mencakup pemanfaatan dan pengoptimalan ide yang sudah ada. Diukur menggunakan skala Likert dari 1 (sangat rendah) hingga 5 (sangat tinggi).

Strategi Bisnis:

Langkah-langkah yang diambil pemilik usaha untuk mengelola operasional dan meningkatkan performa usaha. Diukur menggunakan skala Likert dari 1 (sangat tidak efektif) hingga 5 (sangat efektif).

Performa Usaha Kreatif:

Dalam penelitian ini, performa usaha kreatif diukur dengan indikator pendapatan, pertumbuhan, dan keunggulan kompetitif.

Data pendapatan diukur dalam jumlah rupiah, sedangkan pertumbuhan diukur sebagai persentase pertumbuhan pendapatan dari tahun sebelumnya. Keunggulan kompetitif diukur menggunakan skala Likert dari 1 (sangat rendah) hingga 5 (sangat tinggi).

Teknik Analisis: Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik regresi berganda untuk menguji pengaruh orientasi wirausaha, inovasi, dan strategi bisnis terhadap performa usaha kreatif. Selain itu, analisis statistik deskriptif juga akan digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang profil responden dan variabel yang diteliti.

Data demografis responden yang terdiri dari gender, usia, pendidikan, dan pendapatan ditampilkan dalam tabel ini untuk memberikan gambaran tentang sampel yang digunakan dalam penelitian.

Dengan menggunakan metode penelitian ini, diharapkan dapat mengumpulkan data yang relevan dan memungkinkan analisis yang mendalam tentang pengaruh orientasi wirausaha, inovasi, dan strategi bisnis terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya.

DISCUSSION

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah menguji hubungan antara orientasi wirausaha, inovasi, strategi bisnis, dan performa usaha kreatif di Malang Raya. Berdasarkan analisis dan pengujian hipotesis, beberapa hasil signifikan ditemukan:

1. Orientasi Wirausaha (Entrepreneurial Orientation - EO):
 - Orientasi wirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya.
 - Orientasi wirausaha juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi eksploratif dan inovasi eksploitatif dalam usaha kreatif.
2. Inovasi:
 - Inovasi eksploratif dan inovasi eksploitatif dalam usaha kreatif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya.
 - Inovasi eksploratif memiliki peran mediasi antara orientasi wirausaha dan performa usaha kreatif.
 - Inovasi eksploitatif juga memiliki peran mediasi antara orientasi wirausaha dan performa usaha kreatif.
3. Strategi Bisnis:

Strategi bisnis, meskipun tidak termasuk dalam analisis langsung, memiliki hubungan dengan orientasi wirausaha dan inovasi dalam konteks usaha kreatif.

Dengan demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi wirausaha, inovasi eksploratif, inovasi eksploitatif, dan strategi bisnis berperan penting dalam meningkatkan performa usaha kreatif di Malang Raya.

Selain itu, penelitian ini juga mengisi kesenjangan pengetahuan sebelumnya dengan fokus pada usaha kreatif di Malang Raya, yang belum banyak diteliti sebelumnya. Dalam konteks yang khusus ini, penelitian ini memberikan wawasan baru bagi pemilik usaha kreatif dalam mengoptimalkan performa usaha mereka.

Kajian Sebelumnya,

Sebelumnya, banyak penelitian telah dilakukan untuk mengungkap hubungan antara orientasi wirausaha, inovasi, strategi bisnis, dan performa usaha. Namun, penelitian yang secara khusus menganalisis hubungan ini dalam konteks usaha kreatif di Malang Raya masih terbatas.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menemukan hubungan positif antara orientasi wirausaha, inovasi, dan strategi bisnis dengan performa usaha (Wahyuni, 2019). Namun, penelitian ini memiliki kebaruan dengan fokus pada usaha kreatif di Malang Raya, yang memiliki perbedaan geografis, budaya, dan karakteristik pasar yang khusus. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam mengisi kekosongan pengetahuan sebelumnya.

Selain itu, penelitian ini juga melibatkan analisis statistik dengan menggunakan sampel dari 225 UKM sektor usaha kreatif di Malang Raya. Dengan demikian, penelitian ini memberikan dasar empiris yang kuat untuk mendukung temuan dan kesimpulan

CONCLUSIONS

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa orientasi wirausaha, inovasi eksploratif, inovasi eksploitatif, dan performa usaha kreatif saling terkait dalam konteks usaha kreatif di Malang Raya. Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini:

1. Orientasi wirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya. Hal ini menunjukkan pentingnya sikap dan kecenderungan para pemilik usaha dalam menghadapi risiko, mengambil peluang, dan mengembangkan ide-ide baru untuk meningkatkan performa usaha mereka.
2. Orientasi wirausaha juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi eksploitatif dalam usaha kreatif (Waspodo, 2007). Hal ini menandakan bahwa pemilik usaha yang memiliki orientasi wirausaha yang kuat cenderung menerapkan ide-ide yang sudah ada secara optimal untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.
3. Orientasi wirausaha juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi eksploratif dalam usaha kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha yang memiliki orientasi wirausaha yang tinggi cenderung aktif dalam mengembangkan ide-ide baru dan melakukan eksperimen untuk menciptakan inovasi yang lebih baru dan lebih kreatif (LETTALEI LANI, 2023).
4. Inovasi eksploitatif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya. Ini menandakan bahwa pemanfaatan dan pengoptimalan ide-ide yang sudah ada dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan performa usaha kreatif.

Dalam keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara orientasi wirausaha, inovasi, strategi bisnis, dan performa usaha kreatif di Malang Raya. Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi pemilik usaha kreatif dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan performa usaha mereka.

IMPLICATIONS

Penelitian ini menemukan hubungan yang signifikan antara orientasi wirausaha, inovasi, dan performa usaha kreatif. Implikasi teoritisnya adalah bahwa orientasi wirausaha dan inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan performa bisnis (Hutasuhut, 2022), sesuai dengan literatur sebelumnya. Namun, penelitian ini memberikan wawasan baru dengan fokus khusus pada konteks usaha kreatif di Malang Raya.

Implikasi praktisnya adalah memberikan panduan dan rekomendasi bagi pemilik usaha kreatif di Malang Raya untuk meningkatkan performa usaha mereka. Temuan bahwa orientasi wirausaha berpengaruh positif pada inovasi dan performa usaha dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif. Pemilik usaha kreatif dapat meningkatkan orientasi wirausaha mereka dengan mengambil risiko, mengejar peluang, dan mengembangkan ide-ide baru. Mereka juga dapat mendorong inovasi eksploratif dan eksploitatif untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif. Dengan mengoptimalkan orientasi wirausaha, inovasi, dan strategi bisnis, pemilik usaha kreatif di Malang Raya dapat mencapai keberhasilan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Penelitian ini juga memiliki manfaat praktis bagi pemerintah dan stakeholder terkait dalam pengembangan kebijakan dan program yang mendukung pertumbuhan dan kesuksesan sektor usaha kreatif di Malang Raya. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi performa usaha kreatif, langkah-langkah strategis dapat diambil untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan usaha kreatif (Luturlean & Se, 2019) di wilayah tersebut.

Namun, perlu diingat bahwa penelitian ini memiliki batasan, termasuk jumlah sampel yang terbatas dan wilayah penelitian yang terbatas pada Malang Raya. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dengan jumlah sampel yang lebih besar dan penyebaran geografis yang lebih luas dapat dilakukan untuk memperluas generalisasi hasil penelitian ini.

LIMITATIONS

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah:

1. Orientasi wirausaha (Entrepreneurial Orientation - EO) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap performa usaha kreatif di Malang Raya. Ini berarti semakin tinggi orientasi wirausaha yang dimiliki oleh pemilik usaha kreatif, semakin baik performa usahanya.
2. Orientasi wirausaha berhubungan positif dan signifikan dengan tingkat inovasi eksploitatif dalam usaha kreatif di Malang Raya. Artinya, pemilik usaha yang memiliki orientasi wirausaha yang kuat cenderung melakukan inovasi yang memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif untuk meningkatkan kinerja usahanya (Latifah et al., 2021).
3. Orientasi wirausaha berhubungan positif dan signifikan dengan tingkat inovasi eksploratif dalam usaha kreatif di Malang Raya. Ini menunjukkan bahwa pemilik usaha yang memiliki orientasi wirausaha yang tinggi juga cenderung melakukan inovasi yang menciptakan hal-hal baru dan menggali peluang baru untuk usahanya.
4. Tingkat inovasi eksploitatif memainkan peran penting dalam meningkatkan performa usaha kreatif di Malang Raya. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada dengan baik dalam melakukan inovasi memiliki dampak positif pada kinerja usaha kreatif.
5. Orientasi wirausaha yang mendorong inovasi eksploitatif berhubungan positif dan signifikan dengan performa usaha kreatif di Malang Raya. Ini menunjukkan bahwa pemilik usaha yang memiliki orientasi wirausaha yang kuat dan mampu mengarahkan inovasi pada pemanfaatan sumber daya yang ada secara efektif akan menghasilkan performa usaha yang lebih baik.

Namun, penting untuk diingat bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Penelitian ini hanya fokus pada usaha kreatif di Malang Raya, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi secara langsung ke seluruh sektor usaha kreatif secara keseluruhan. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkonfirmasi temuan ini di wilayah lain.
2. Ukuran sampel penelitian ini terdiri dari 225 UKM sektor usaha kreatif di Malang Raya. Meskipun sampel ini dapat memberikan gambaran tentang populasi usaha kreatif di wilayah tersebut, namun masih mungkin terdapat variasi dan keunikan dalam usaha kreatif lainnya yang tidak terwakili dalam sampel tersebut.
3. Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai pendekatan pengumpulan data. Meskipun metode ini umum digunakan dalam penelitian, terdapat potensi bias jawaban atau kesalahan pengukuran yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Penggunaan metode lain atau pendekatan triangulasi dapat meningkatkan keandalan hasil penelitian.

4. Penelitian ini hanya mengeksplorasi hubungan antara variabel-variabel yang telah dipilih, sehingga terdapat faktor-faktor lain yang mungkin berperan dalam mempengaruhi performa usaha kreatif yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

Dalam menginterpretasikan hasil penelitian ini, perlu mempertimbangkan keterbatasan-keterbatasan di atas agar dapat menggunakan hasilnya secara akurat dan hati-hati.

RECOMMENDATIONS

Pemilik usaha kreatif di Malang Raya dapat meningkatkan performa usaha mereka dengan mengikuti rekomendasi berikut:

1. Meningkatkan Orientasi Wirausaha: Pemilik usaha perlu memiliki sikap yang lebih berani menghadapi risiko, mengambil peluang, dan mengembangkan ide-ide baru (Suharyono, 2018). Sikap wirausaha yang proaktif dan inovatif akan membantu menghadapi persaingan dan menciptakan nilai tambah.
2. Fokus pada Inovasi: Dorong terus-menerus inovasi baik melalui eksplorasi ide-ide baru maupun pengembangan inovasi yang memanfaatkan ide yang sudah ada. Ini akan menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.(Ginting et al., 2018)
3. Perhatikan Strategi Bisnis: Pengembangan strategi bisnis yang sesuai dengan karakteristik usaha akan membantu mengelola operasional dan meningkatkan performa secara efektif. Faktor-faktor seperti pemasaran, distribusi, manajemen sumber daya, dan keuangan perlu dipertimbangkan(H Nasir Asman, 2021).
4. Kolaborasi dan Jaringan: Bangun kolaborasi dengan pelaku usaha kreatif lainnya dan manfaatkan jaringan yang ada untuk pertukaran ide, pengembangan proyek bersama, dan pemasaran yang lebih luas(Nadi, 2020). Kerjasama dengan lembaga pendukung usaha kreatif dan komunitas lokal juga dapat memberikan dukungan dan akses ke sumber daya yang bermanfaat.
5. Peningkatan Kompetensi: Terus tingkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang usaha kreatif melalui pelatihan, workshop, dan pendidikan lanjutan. Hal ini akan membantu dalam memahami tren industri, teknik kreatif, manajemen bisnis, dan strategi pemasaran yang lebih baik.
6. Pemantauan Kinerja: Pantau terus kinerja usaha melalui indikator seperti pendapatan, pertumbuhan, dan keunggulan kompetitif. Dengan pemantauan yang baik, pemilik usaha dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan performa(Carina, 2022).
7. Adaptasi terhadap Perubahan: Lingkungan bisnis dan pasar usaha kreatif selalu berubah. Oleh karena itu, penting untuk menjadi responsif dan adaptif terhadap perubahan tersebut. Mengikuti perkembangan tren, teknologi, dan kebutuhan pasar serta menyesuaikan strategi bisnis akan membantu menjaga keberhasilan dan keunggulan usaha.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, pemilik usaha kreatif di Malang Raya dapat meningkatkan performa usaha mereka dan memperoleh keberhasilan yang lebih baik di pasar yang kompetitif.

REFERENCES

- Budianto, Surachman, Hadiwidjojo, D., & Rofiaty. (2021). *The effect of manufacturing agility competencies on lean manufacturing in increasing operational performance*. *Uncertain Supply Chain Management*, Vol. 9 No. 1, 195–204.
- Carina, M. (2022). *OPTIMALISASI STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERDASARKAN ANALISIS SWOT DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI ERA PANDEMI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Dr. Koffie Indonesia)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Colombo, S., Montagna, F., Cascini, G., & Palazzolo, V. F. (2022). *Digital Artefacts and The Role of Digital Affordance*. *Proceedings of the Design Society*, Vol. 2 , 11–20.
- Danny, F. G., & Utama, L. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi terhadap Kesuksesan Proyek pada Bidang Fashion*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 2 No. 3, 690.
- Ginting, A. M., Rivani, E., Saragih, J. P., & Wuryandani, D. (2018). *Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- H Nasir Asman, M. M. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit Adab.
- Hadiyati, E., & Hendrasto, F. (2021). *Entrepreneurial Marketing Strategy of Micro, Small and Medium Enterprises in Pandemic Covid-19 Era*. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, Vol. 9 No. 2, 178–191.
- Hussein, A. S. (2018). *Effects of brand experience on brand loyalty in Indonesian casual dining restaurant: Roles of customer satisfaction and brand of origin*. *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 24 No. 1, 119–132.
- Hussein, A. S. (2020). *City branding and urban tourist revisit intention: The mediation role of city image and visitor satisfaction*. *International Journal of Tourism Policy*, Vol. 10 No. 3, 262–279.
- Hutasuhut, S. (2022). *LAPORAN AKHIR PENELITIAN DASAR ANALISIS DAMPAK PERSONALITY TRAITS, ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, BUDAYA DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI PADA ORIENTASI DAN INTENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA*.
- Janz, N., Allen-Robertson, J., Majumdar, R., & Hertel, S. (2021). *Big Data on BHR: Innovative Approaches to Analysing the Business & Human Rights Resource Centre Database*. *Business and Human Rights Journal*, Vol. 6 No. 1, 120–126.
- Jones, M. O. (2020). *Digital De-Citizenship: The Rise of the Digital Denizen in Bahrain*. *International Journal of Middle East Studies*, Vol. 52 No. 4, 740–747.
- Latifah, N., Shinta Dewi, R., & Budiarmo, A. (2021). *PENGARUH ENTREPRENEURIAL ORIENTATION TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang)/22/adbis/2021*. Faculty of Social and Political Science.
- Layoo, N., & Rahman, W. (2019). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja Usaha Mikro Kecil Di Kabupaten Banggai*. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, Vol. 7 No. 1, 29–44.
- LETTALEI LANI, L. L. (2023). *PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, LITERASI DIGITAL DAN PEMANFAATAN E-MONEY TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG*.

- Luturlean, B. S., & Se, M. M. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Humaniora.
- MOHAMED, R., & BASAR, P. (2023). *Impact of Strategic Management on Competitive Advantage*. Trends in Business and Economics, Vol. 37 No. 1, 46–56.
- Nadi, R. F. (2020). *Perancangan Creative Hub Di Yogyakarta Dengan Pendekatan Blending Spaces*.
- Nuryanta, N. (2018). *the Implementation of Strategic Management on Competitive Advantage in Islamic University of Indonesia (Uii) Yogyakarta*. Indonesian Journal of Interdisciplinary Islamic Studies, Vol. 2 No. 1, 1–30.
- Panalar, A. (2020). *ANALISIS STRATEGI PENGELOLAAN AMBIDEXTERITY ANTARA RASIONALITAS DAN KREATIVITAS (Studi Kasus 3 UKM Studio Video Game)*. universitas islam indonesia.
- Prabowo, T. S., Noermijati, N., & Irawanto, D. W. (2018). *The influence of transformational leadership and work motivation on employee performance mediated by job satisfaction*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 16 No. 1, 171–178.
- Purwati, A. A., Hamzah, M. L., & Suhermin, S. (2020). *Entrepreneurship education and it's impact on student's intention to entrepreneurship*. Revista ESPACIOS, Vol. 41 No. 09, 1–12. <http://revistaespacios.com/a20v41n09/20410904.html%0Ahttps://lens.org/127-224-809-464-730>
- Putri, M. K., & Putri, A. N. (2023). *Entrepreneurial Marketing Impact Score on MSME Performances Through Its Dimension*. Etikonomi, Vol. 22 No. 1, 79–92.
- Rahman, M. A., & Hadiyati, E. (2020). *Studi Penerapan Digital Marketing Pada UKM Makanan Khas di Kota Malang*. Warta Pendidikan| E-Journal, Vol. 4 No. 4.
- Rautray, P., & Eisenbart, B. (2021). *Additive manufacturing – Enabling digital artisans*. Proceedings of the Design Society, Vol. 1 No. August, 323–332.
- Rofiaty, R., Aisjah, S., & Susilowati, C. (2022). *The effect of entrepreneurship orientation and flexibility toward adaptive innovation and improved firm performance*. BISMA (Bisnis Dan Manajemen, Vol. 15 No. 1. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>.
- Rufaidah, E., & Kodri. (2020). *Buku Referensi: Strategi Inovasi dan Kreativitas Berwirausaha Era Revolusi 4.0 (Kajian Empiris & Kajian Literatur)*. Alfabeta, Vol. 0 , 1–118.
- Saputra, N., Sasanti, N., Alamsjah, F., & Sadeli, F. (2021). *Strategic role of digital capability on business agility during COVID-19 era*. Procedia Computer Science, Vol. 197 No. 2021, 326–335. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.147>
- Suharyono, S. (2018). *Sikap dan perilaku wirausahawan*. Jurnal Ilmu Dan Budaya, Vol. 40 No. 56.
- Teguh, M. J., Noermijati, N., Moko, W., & Rofiaty, R. (2022). *Exploring Characteristics of Digital Organizational Culture in Post COVID-19: A Systematic Literature Review*. Journal of International Conference Proceedings, Vol. 5 No. 2, 38–51.
- Wahyuni, N. M. (2019). *Efek kompetensi menghasilkan pengetahuan sebagai mediasi pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi UKM tekstil di Bali*. Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 13 No. 1, 47–55.
- Waspodo, M. (2007). *Strategi Pembelajaran dan Efikasi Diri Warga Belajar Terhadap Capaian Belajar*. Jurnal Ilmiah Visi, Vol. 2 No. 2, 43–51.