



Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis

Didit Darmawan, Abdul Hafidz Rosydi Fuady, Rahayu Mardikaningsih^{*}, Eli Retnowati

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Sunan Giri, Surabaya, Indonesia

Email: ¹dendyhutagalung@gmail.com, ²starnaga110116@gmail.com, ^{3,*}rahayumardikaningsih@gmail.com, ⁴eliretno@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: rahayumardikaningsih@gmail.com

Abstrak—Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang dapat meningkatkan kinerja bisnis, yaitu perilaku kewirausahaan, etika bisnis, dan modal sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah *ex post facto* dengan kuesioner yang diberikan kepada pemilik dan pengelola bisnis mikro di Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode regresi untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas, yaitu perilaku kewirausahaan, etika bisnis, dan modal sosial, terhadap variabel terikat, yaitu kinerja bisnis mikro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis mikro. Hal ini menunjukkan bahwa sikap proaktif, inovatif, dan orientasi pada peluang bisnis dapat meningkatkan kinerja bisnis mikro. Selain itu, etika bisnis juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis mikro, menunjukkan pentingnya beroperasi dengan integritas dan mengikuti prinsip-prinsip etika dalam menjalankan bisnis. Terakhir, modal sosial juga terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis mikro, menunjukkan bahwa jaringan sosial dan hubungan antara pemilik bisnis mikro dengan pihak terkait dapat meningkatkan akses ke sumber daya dan peluang bisnis.

Kata Kunci: Kewirausahaan; Kinerja Bisnis; Perilaku Kewirausahaan; Etika Bisnis; Modal Sosial

Abstract—Competition in the business world is increasingly fierce, making entrepreneurs look for the right strategy to market their products. This research aims to analyze factors that can improve business performance, namely entrepreneurial behavior, business ethics and social capital. The research method used was *ex post facto* with a questionnaire given to owners and managers of micro businesses in Waru District, Sidoarjo Regency. The collected data was analyzed using the regression method to test the influence of the independent variables, namely entrepreneurial behavior, business ethics and social capital, on the dependent variable, namely micro business performance. The results of the study show that entrepreneurial behavior has a significant positive effect on micro business performance. This shows that being proactive, innovative, and oriented to business opportunities can improve micro business performance. In addition, business ethics also have a significant positive influence on micro business performance, demonstrating the importance of operating with integrity and following ethical principles in running a business. Finally, social capital has also been shown to have a significant positive influence on micro business performance, indicating that social networks and relationships between micro business owners and related parties can increase access to resources and business opportunities.

Keywords: Entrepreneurship; Business Performance; Entrepreneurial Behavior; Business Ethics; Social Capital

1. PENDAHULUAN

Zaman penuh kemajuan saat ini, persaingan bisnis sebagai pendorong fundamental bagi produktivitas dan pertumbuhan output. Penyebab dari fenomena tersebut masih belum jelas, terdapat peningkatan minat untuk memahami implikasi mikro ekonomi dari kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan masuknya perusahaan baru dan persaingan. Pendatang baru secara tidak proporsional berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan output (Haltiwanger *et al.*, 2013; Guti´errez & Philippon, 2017; Alon *et al.*, 2018; Pugsley & Sahin, 2018). Peningkatan masuknya perusahaan baru dan persaingan usaha dapat menimbulkan biaya. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana bisnis mikro dengan orientasi strategis yang berbeda mengelola praktik-praktik inovatif yang menyoroti peran penting inovasi yang semakin meningkat sebagai sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Eisenhardt & Martin, 2000; Fiol, 1996; Storey, 2000).

Sumber daya berfokus pada bagaimana bisnis berkomitmen terhadap sumber daya di lingkungannya. Sumber daya sangat penting dalam pengambilan keputusan manajemen dalam hal alokasi dan penggunaannya. Bisnis mikro lebih suka menyewa atau menggunakan sumber daya orang lain untuk menambah nilai operasinya (Bradley *et al.*, 2011; Rashid & Mahmood, 2016; Stevenson, 2006). Berbagai penelitian telah melaporkan dampak orientasi sumber daya terhadap kinerja bisnis (Bradley *et al.*, 2011; Dyduch, 2008). Ada pemahaman dalam penilaian yang menyusun bahwa pelaksanaan organisasi dan perubahan merupakan jantung dari sebuah organisasi yang penting (Baloch, 2007; Kaplan & Norton, 1996; Harrington & Akehurst, 2000). Terlepas dari pentingnya kualitas layanan, kinerja bisnis dapat ditingkatkan dengan memastikan tingkat kualitas layanan yang tinggi (Andersen *et al.*, 2006). Lembaga Manajemen Personalia (1992) mendefinisikan bahwa kinerja bisnis adalah suatu proses atau serangkaian tindakan. Adkins (2006) menggambarkan eksekusi sebagai kerangka kerja untuk mengelola pelaksanaan strategi afiliasi. Pada akhirnya, ini menggambarkan strategi bagaimana sebuah afiliasi membuat pemahaman tentang tindakan menjadi hasil. Akibatnya, kinerja bisnis terkait dengan pencapaian dan hasil kerja spektakuler seperti yang diusulkan oleh Peters dan Waterman pada tahun 1980-an. Literatur mengungkapkan bahwa kinerja bisnis dapat dievaluasi melalui tingkat sejauh mana bisnis tertentu memenuhi permintaan pelanggannya (Phillips, 1999) dan sama halnya dengan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan (Davis, 2007). Sebagai contoh, Bradley *et al.* (2011) melaporkan bahwa sumber daya meningkatkan kinerja bisnis. Bisnis mikro memiliki keinginan untuk tumbuh tetapi kecenderungannya lebih tinggi di antara bisnis



wirausaha menengah keatas. Mereka menganggap pertumbuhan sebagai elemen penting untuk kelangsungan hidup jangka pendek dan jangka panjang. Hal ini mempengaruhi bisnis untuk mengejar dan mengeksploitasi peluang yang ada (Abker *et al.*, 2018; Kuhn *et al.*, 2010; Rashid & Mahmood, 2016).

Penelitian ini berfokus pada teori ketergantungan sumber daya pada kewirausahaan yang mendukung keterkaitan antara perilaku kewirausahaan dan kinerja bisnis. Pandangan teori ini menjelaskan fakta bahwa bagi wirausaha bisnis terutama skala mikro untuk mencapai *sustained competitive advantage*, mereka harus memperoleh, mengendalikan dan memanfaatkan aset dan sumber daya yang berharga, langka, tak ada bandingannya dan tidak dapat disubstitusi (Barney *et al.*, 2001). Selain itu, mereka juga harus memiliki jenis organisasi yang dapat menerapkan, memanfaatkan, dan menyerap kemampuan dan sumber daya tersebut untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang kompetitif (Infante & Mardikaningsih, 2022). Sebaliknya, para pendukung atau pendukung *resources based view* menyatakan bahwa teori ini berhubungan dengan lingkungan bisnis yang kompetitif dan lebih fokus pada analisis internal bisnis. Kinerja yang unggul dan keunggulan kompetitif terjadi ketika sumber daya organisasi berbeda di antara perusahaan, ketidakmampuan bisnis pesaing menemukannya sangat sulit untuk memindahkan atau mendapatkan sumber daya dari bisnis lain (ditiru) sehingga jika sumber daya tersebut tidak disubstitusi atau ditiru kemungkinan akan menjadi katalisator untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan kinerja yang berkelanjutan. Ketidakpastian adalah salah satu fitur dominan dalam lanskap bisnis modern yang terus berubah dan berkembang. Faktor-faktor seperti perubahan mendalam dalam kondisi pasar, kemajuan teknologi yang cepat, dan fluktuasi dalam regulasi bisnis menciptakan suatu atmosfer yang penuh dengan ketidakpastian (Halizah & Darmawan, 2022). Pernyataan ini dapat diperluas dengan melibatkan hasil penelitian yang mendukungnya, seperti yang disebutkan oleh Mardikaningsih *et al.* (2022). Dalam menghadapi ketidakpastian ini, individu dengan sifat kewirausahaan seringkali muncul sebagai pemimpin (Mardikaningsih, 2022). Mereka memiliki kemampuan untuk mengambil risiko dengan bijak, mengidentifikasi peluang baru di tengah ketidakpastian, dan merancang strategi yang adaptif (Djazilan & Darmawan, 2022). Studi oleh Putra dan Darmawan (2022) menekankan bahwa sikap kewirausahaan membantu individu dan perusahaan untuk tetap relevan dan berdaya saing dalam dunia bisnis yang berubah-ubah. Setiap individu dapat terlibat dalam perilaku kewirausahaan asalkan mereka memiliki keyakinan, tekad, keterampilan, dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengikuti proses kewirausahaan (Kirkley 2016). Niat wirausahawan yang akan memunculkan upaya memulai usaha bisnis (Díaz-García & Jiménez-Moreno 2010; Liñan 2008; Liñan & Chen 2009; Moriano *et al.*, 2011). Inovasi dianggap sebagai sarana tambahan untuk pertumbuhan ekonomi, lebih dari sekadar aktivitas kewirausahaan (Autio *et al.*, 2014). *Resources based view* mendorong perilaku para pengusaha dalam menyediakan produk yang inovatif, berinvestasi pada ide-ide inovatif, mencari peluang baru dan merambah pasar baru yang berisiko (Lumpkin & Dess, 1996). Pandangan sumber daya juga menganjurkan bahwa kinerja bisnis mikro yang ditentukan oleh pemanfaatan dan disposisi sumber daya yang tersedia dan kompetensi inti organisasi (Mazzarol & Choo, 2003; Infante & Mardikaningsih, 2022). Seolah-olah, perusahaan-perusahaan wirausaha dapat menggunakan sumber daya ini, mereka dapat menjelajah ke pasar dan peluang yang berisiko (Baron, 2007). Meski demikian, etika bisnis tetap diperhatikan dalam menjelajahi peluang dan potensi pasar.

Etika bisnis telah menjadi elemen tak terhindarkan dalam bisnis modern, dan sekarang lebih penting daripada sebelumnya dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan serta peluang untuk mencapai keunggulan kompetitif. Etika berasal dari kata Yunani 'ethos' yang berarti orientasi mendasar seseorang terhadap kehidupan. Etika dapat didefinisikan sebagai teori moralitas yang mencoba mensistematisasikan penilaian moral (Paswan, 2015). Etika bisnis memiliki sejarah panjang melalui penceritaan untuk mengilustrasikan dan memperkuat rasa nilai, kekeluargaan, kepercayaan, dan keadilan (Fischer & Lovell, 2009). Rok (2004) berpendapat bahwa konsep etika bisnis dapat didefinisikan sebagai, studi sistematis tentang isu-isu moral (kepercayaan, norma, nilai) yang terjadi dalam bisnis dan perilaku yang berkaitan dengan orang, organisasi, dan institusi. Jika kita perhatikan dengan seksama, istilah "etika bisnis" terdiri dari dua kata: "bisnis" dan "etika", yang mencakup bidang prinsip-prinsip moral, kepercayaan, nilai-nilai, budaya, isu-isu tata kelola, dan kode etik bisnis (Dimitriades, 2007). Literatur telah mengungkapkan bahwa komplikasi etika memiliki dampak buruk yang kuat terhadap kinerja bisnis. Masalah besar kepemimpinan moral menjadi sorotan (Eluka *et al.*, 2015). Temuan yang dipaparkan di penelitian Okoh *et al.* (2018) menekankan pada pentingnya etika dalam konteks bisnis, namun perlu dipahami bahwa etika bisnis bukan hanya tentang mematuhi peraturan dan kebijakan, tetapi juga tentang menjalankan tindakan yang benar secara moral dalam seluruh spektrum operasi perusahaan. Dalam dunia bisnis modern yang gejolak, perusahaan harus menghadapi berbagai tantangan, termasuk perubahan teknologi yang cepat, dinamika pasar yang berubah-ubah, serta ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi. Dalam konteks ini, unsur manusiawi menjadi salah satu faktor yang paling penting. Karyawan yang etis dan berkompoten adalah aset berharga yang dapat membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan dan mengambil keputusan yang bijaksana (Djazilan & Darmawan, 2020; Mardikaningsih & Halizah, 2022). Selain itu, pengelolaan yang tepat juga memiliki peran kunci dalam menentukan arah bisnis di masa depan. Para pemimpin bisnis harus memimpin dengan teladan dan menetapkan standar etika yang tinggi dalam organisasi mereka. Mereka harus memastikan bahwa etika tidak hanya menjadi slogan, tetapi terintegrasi dalam budaya perusahaan dan memandu keputusan strategis (Gani, 2022; Retnowati & Darmawan, 2022). Dengan menerapkan etika bisnis yang kuat, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik di mata pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat secara umum (Sinambela *et al.*, 2021; Arifin *et al.*, 2022). Ini membuka pintu untuk mencapai keunggulan kompetitif karena perusahaan yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab lebih mungkin menarik pelanggan, menarik investasi, dan menjalin kemitraan yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, etika bisnis bukan hanya tanggung jawab sosial



perusahaan, tetapi juga merupakan faktor kunci dalam menentukan masa depan bisnis modern. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis dengan baik akan lebih mungkin bertahan dalam lingkungan bisnis yang berubah-ubah dan meningkatkan peluang mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Sumber daya modal sosial yang tersedia bagi seorang wirausahawan cenderung membuat perbedaan besar dalam kinerja bisnis mereka. Acquah (2008) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya aktual dan potensial yang tertanam dalam hubungan jaringan yang diakses dan digunakan oleh para pelaku (misalnya, manajer perusahaan bisnis) untuk bertindak (misalnya, melakukan kegiatan bisnis). Modal sosial dari seorang pengusaha dapat berkembang sebagai figur pemimpin yang mengarahkan pekerja secara efektif (Al Hakim & Hariani, 2021; Hariani & Irfan, 2022; Lestari & Mardikaningsih, 2020). Melalui modal sosial, akses yang mudah terhadap sumber daya modal intelektual, finansial, dan budaya, yang sangat penting bagi kinerja bisnis yang efisien, dapat dipastikan (Bourdieu, 1985). Selain dapat memberikan akses yang mudah terhadap sumber daya modal yang vital tersebut, modal sosial juga dapat berfungsi sebagai komplemen atau substitusi dari sumber daya modal tersebut (Adler & Kwon, 2002). Sebagai pengganti, pengusaha dapat mengkompensasi kekurangan atau keterbatasan akses mereka terhadap modal finansial dan modal intelektual melalui jaringan relasi yang unggul (Putra *et al.*, 2022). Sebagai pelengkap, modal sosial dapat memastikan efisiensi keuangan dan efisiensi intelektual melalui pengurangan biaya transaksi (Lazerson, 1995) dan berbagi pengetahuan (Florin *et al.*, 2003). Sebagai hasil dari dua peran penting yang dapat dimainkan oleh modal sosial, dapat dikatakan modal yang efisien dalam memastikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi suatu bisnis (Khayru *et al.*, 2021). Namun, modal sosial dapat dikategorikan sebagai modal sosial eksternal dan modal sosial internal (Adler & Kwon, 2002). Kategori modal sosial ini sangat penting bagi seorang wirausahawan sehingga keduanya dapat saling melengkapi untuk memastikan bisnis yang efisien kinerja bisnis yang efisien dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Halizah & Mardikaningsih, 2022).

Bisnis mikro memiliki peran yang dalam perekonomian secara global, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis mikro sangat penting. Adapun yang menjadi permasalahan penelitian ini yaitu persaingan kinerja bisnis mikro dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan permasalahan dan kajian teoritis, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan, etika bisnis, dan modal sosial terhadap kinerja bisnis mikro.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*. Pendekatan yang digunakan di penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif sehingga data penelitian berupa angka dan analisis berupa analisis statistik. Populasi penelitian ini merupakan bisnis mikro di Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 30 responden dengan menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Data penelitian diperoleh dengan menyebar kuesioner yang berisi pernyataan yang mewakili indikator setiap variabel.

Kirkley (2016) mendefinisikan perilaku kewirausahaan sebagai seperangkat nilai (keyakinan) dan kebutuhan yang menyediakan individu dengan motivasi intrinsik dan penentuan nasib sendiri untuk terlibat dalam perilaku kewirausahaan. Endres dan Woods (2010) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan terdiri dari motif dan tindakan yang memungkinkan seorang wirausahawan mencapai keputusan dalam peran mereka sebagai pencipta peluang yang menguntungkan dan sebagai pengeksploitasi peluang tersebut. McMullen dan Shepherd (2006) mengemukakan bahwa perilaku kewirausahaan terjadi ketika orang mengadaptasi keputusan kewirausahaan mereka sendiri dalam kondisi yang tidak pasti. Dornelas (2018) mengklasifikasikan indikator perilaku kewirausahaan dalam tiga bidang, yaitu keterampilan teknis, karakteristik pribadi, dan manajerial.

Trevino dan Nelson (2011) mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat aturan dan nilai moral yang mempengaruhi dan mengarahkan perilaku individu atau kelompok dalam kaitannya dengan sesuatu yang benar atau salah dalam membuat keputusan dan dalam manajemen. Variabel etika bisnis menurut Begeach *et al.* (2011) ada lima indikator, yaitu machiavellianisme, objektivisme moral, legalisme, relativisme etika, dan darwinisme sosial.

Baker (1990) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya yang diperoleh para pelaku dari struktur sosial tertentu dan kemudian digunakan untuk mengejar kepentingan mereka, modal sosial diciptakan oleh perubahan dalam hubungan di antara para pelaku. Variabel modal sosial menurut Nahapiet dan Ghosal (1998) ada 3 indikator, yaitu struktural, relasional, dan kognitif.

Kinerja Bisnis adalah penilaian terhadap proses bisnis, kemampuan, dan kemampuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Neely, 1998). Variabel terikat, yaitu kinerja bisnis. Empat item digunakan untuk menilai berbagai indikator kinerja bisnis. Dari item-item ini, tiga di antaranya diadaptasi dari karya Deshpand *et al.* (1993) yaitu budaya perusahaan, orientasi pada pelanggan, dan keinovatifan. Item yang tersisa diambil dari Jaworski dan Kohli (1993) yaitu orientasi pasar.



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 30 kuesioner yang dibagikan, perempuan menjadi kelompok yang paling banyak mengisi dengan jumlah sebanyak 17 orang. Mayoritas dari responden berusia antara 35 hingga 40 tahun, dengan jumlah sebanyak 23 orang. Sekitar 27 dari responden merupakan lulusan menengah ketas, yang menjadi kelompok pendidikan mayoritas. Sementara itu, mayoritas responden memiliki penghasilan kurang dari 2 juta per bulan, dengan jumlah sebanyak 16 orang.

Semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel penelitian ini adalah valid karena melebihi r tabel.

Tabel 1. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-12.451	8.594			-1.449	.159		
X1	3.866	1.196	.409		3.232	.003	.856	1.168
X2	1.449	.668	.272		2.170	.039	.869	1.151
X3	4.191	.937	.531		4.473	.000	.971	1.030

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan tidak ada satupun variabel yang memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang menunjukkan angka lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel di model regresi.

Tabel 2. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1657.129	3	552.376	15.666	.000 ^b
	Residual	916.737	26	35.259		
	Total	2573.867	29			

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F test pada tabel 2 didapatkan Fhitung sebesar 15,666 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja bisnis (Y) atau dikatakan bahwa variabel perilaku kewirausahaan, etika bisnis, dan modal sosial, secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel Y. Hal tersebut berarti bahwa model kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh variabel perilaku kewirausahaan, etika bisnis, dan modal sosial, dengan kata lain model penelitian dikatakan layak.

Tabel 3. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.802 ^a	.644	.603	5.938	1.780

Berdasarkan tabel 3 terlihat adjusted R square sebesar 0,603. Hal ini berarti 60,3% variabel terikat kinerja bisnis (Y) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yaitu variabel perilaku kewirausahaan, etika bisnis, dan modal sosial. Sedangkan sisanya ($100\% - 60,3\% = 39,7\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model yang tidak dijelaskan di penelitian.

3.1 Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis Mikro

Untuk faktor perilaku kewirausahaan terhadap kinerja bisnis mikro, hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis mikro. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Amir *et al.* (2018) Agyapong *et al.* (2021) yang menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik atau pengelola bisnis mikro memiliki peran yang kuat dalam menentukan sejauh mana bisnis tersebut berhasil. Peran kunci yang dimainkan oleh pemilik atau pengelola bisnis dalam kesuksesan bisnis mikro. Mereka harus memiliki sikap kewirausahaan yang kuat, seperti inovatif, proaktif, dan berorientasi pada risiko, untuk menghadapi tantangan dan peluang yang ada di lingkungan bisnis mikro. Jika faktor perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis mikro, maka pelatihan dan pengembangan kewirausahaan dapat menjadi investasi yang sangat berharga bagi pemilik bisnis mikro. Ini dapat membantu mereka mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang diperlukan untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efektif. Oleh karena itu, penting untuk memahami lebih lanjut tentang aspek-aspek perilaku kewirausahaan yang paling berdampak dan bagaimana mereka dapat ditingkatkan untuk mendukung bisnis mikro.

3.2 Etika Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Mikro

Faktor etika bisnis terhadap kinerja bisnis mikro, hasil pengelolaan data yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor etika bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis mikro. Hasil penelitian menunjukkan kesamaan hasil yang dilakukan oleh Ogbari *et al.* (2016) yang menunjukkan bahwa aspek-aspek etika untuk menjalankan bisnis, seperti integritas, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip moral, dapat berdampak positif pada



kinerja bisnis mikro. Bisnis mikro yang menjalankan operasinya dengan etika bisnis yang tinggi cenderung membangun reputasi yang baik menurut pelanggan, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya. Ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja bisnis. Etika bisnis yang tinggi juga dapat membantu menciptakan kepercayaan di antara pelanggan. Pelanggan cenderung lebih memilih bisnis yang dianggap etis dalam perilakunya, dan ini berdampak positif pada penjualan dan pertumbuhan bisnis. Pemilik atau pengelola bisnis mikro dapat mempertimbangkan untuk mengintegrasikan prinsip etika bisnis di strategi dan budaya organisasi mereka. Mereka juga dapat memastikan bahwa sistem pengukuran kinerja bisnis mencakup aspek-aspek etika bisnis sehingga mereka dapat terus memantau dan memperbaiki praktik-praktik mereka yang berkaitan dengan etika.

3.3 Modal Sosial Terhadap Kinerja Bisnis Mikro

Untuk selanjutnya faktor modal sosial terhadap kinerja bisnis mikro, hasilnya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara modal sosial terhadap kinerja bisnis mikro. Hasil olah data penelitian ini menunjukkan hasil yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Randerson *et al.* (2020); Neneh dan Welsh (2022). Hasil ini menunjukkan bahwa koneksi sosial dan interaksi di komunitas atau jaringan bisnis dapat memiliki dampak positif pada kinerja bisnis mikro. Pentingnya modal sosial adalah bahwa itu memengaruhi kemampuan individu atau kelompok untuk mencapai tujuan mereka. Dengan memiliki jaringan sosial yang kuat, seseorang dapat lebih mudah mengakses sumber daya yang diperlukan dalam konteks bisnis, pendidikan, atau masyarakat (Nurmalasari & Mardikaningsih, 2022). Ini juga membantu untuk membangun kepercayaan dan kooperasi antara individu, yang penting dalam berbagai aktivitas manusia. Itu semua menentukan keberhasilan berwirausaha (Halizah *et al.*, 2022; Khayru *et al.*, 2022). Dengan memahami pentingnya modal sosial, pemilik atau pengelola bisnis mikro dapat merencanakan strategi yang memungkinkan mereka memanfaatkan sumber daya dan peluang yang ada di jaringan sosial mereka. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan dan keberhasilan bisnis mikro dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

4. KESIMPULAN

Dari penelitian ini menyelidiki hubungan perilaku kewirausahaan, etika bisnis, dan modal sosial. Hasil penelitian ini adalah kinerja bisnis ditentukan oleh ketiga variabel. Hasil pertama menunjukkan perilaku kewirausahaan berpengaruh dengan kinerja bisnis mikro. Hal ini menunjukkan bahwa sikap proaktif, inovatif, dan orientasi pada peluang bisnis dapat meningkatkan kinerja bisnis mikro. Hasil selanjutnya menunjukkan etika bisnis sangat berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Dalam bersaing etika bisnis juga mempengaruhi kinerja bisnis yang dijalani, karena memiliki etika bisnis yang baik dinilai dan dipandang bisnis yang berhasil. Jadi perlu memahami ini agar dapat mengelola modal dengan efisien dan efektif. Selain itu hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis yang menunjukkan bahwa jaringan sosial dan hubungan antara pemilik bisnis mikro dengan pihak terkait dapat meningkatkan akses ke sumber daya dan peluang bisnis. Saran dari penelitian ini, perlu banyak pemahaman serta pengetahuan tentang persaingan bisnis bagi wirausahawan dalam mengelola dan mengembangkan bisnis. Perlu mempelajari lebih dalam tentang ilmu bisnis, serta mengetahui kelebihan dan kekurangan bisnis melalui kinerja bisnis yang dijalani.

REFERENCES

- Abker, A. Y., Ibrahim, S. B., & Eltayeb, T. K. 2018. Investigation the Relationship between Strategic Orientation and Operational Performance in the Sudanese Service Firms. *American Journal of Business*, 6(3), 66–74.
- Acquaah, M. 2008. Social Capital of the Benefits, Potential Costs and Prospects. *J of Microfinance*, 10(2), 12- 20.
- Adkins, T. C. 2006. Case Studies in Performance Management: A Guide From the Experts. 6.
- Adler, P.S. & S. W. Kwon. 2002. Social Capital: Prospects of a New Concept. *Acad. Manag. Rev.* 27 (1), 17–40.
- Agyapong, A., P. D. Maaledidong, & H. K. Mensah. 2021. Performance Outcome of Entrepreneurial Behavior of SMEs in a Developing Economy: The Role of International Mindset. *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 227-245.
- Al Hakim, Y. R. & M. Hariani. 2021. The Influence of Transformational Leadership Style on Organizational Commitment and Job Performance. *Journal of Science, Technology and Society*, 2(2), 19-24.
- Alon, T., D. Berger, R. Dent, & B. Pugsley. 2018. Older And Slower: The Startup Deficit?S Lasting Effects on Aggregate Productivity Growth. *Journal of Monetary Economics*, 93, 68–85.
- Amir, R. M., B. Burhanuddin, & W. B. Priatna. 2018. The Effect of Individual, Environmental and Entrepreneurial Behavior Factors on Business Performance of Cassava Smes Agroindustry in Padang City. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 4(1), 1-1.
- Andersen, B., B. Henriksen, & W. Aarseth. 2006. Holistic performance management: an integrated framework. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 55(1), 61-78.
- Aranya, N. & K. Ferris. 1984. A Re-Examination of Accountants Organizational Professional Conflict. *The Accounting Review*, (1), 49-61.



- Arifin, S., D. Darmawan, C. F. B. Hartanto & A. Rahman. 2022. Human Resources based on Total Quality Management. *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 17 – 20.
- Bageac, D., O. Furrer, & E. Reynaud. 2011. Management Students' Attitudes Toward Business Ethics: A Comparison Between France and Romania. *Journal of Business Ethics*, 98, 391-406.
- Baker, W. E. 1990. Market networks and corporate behaviour. *The American J of Sociology*, 96(3), 589-625.
- Baloch, Q. B. 2007. Managing tourism in Pakistan (Doctoral dissertation, Qurtuba University of Science & Information Technology D. I. Khan, Pakistan).
- Barney, J. B., M. Wright, & D. J. Ketchen. 2001. The Resource-Based View of the Firm: Ten Years After 1991. *Journal of Management*, 27, 625–641.
- Baron, R. A. 2007. Behavioral and Cognitive Factors in Entrepreneurship: Entrepreneurs as the Active Element in New Venture Creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 167-182.
- Bourdieu, P., 1985. *The Forms of Capital*. In: Richardson, J.G. (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood, New York, 241–258.
- Bradley, S. W., J. Wiklund, & D. A. Shepherd. 2011. Swinging a Double-edged Sword: The Effect of Slack on Entrepreneurial Management and Growth. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 537–554.
- Davis, J. C. 2007. A Conceptual View of Branding for Services. *Innovative Marketing*, 3(1), 7-14.
- Denis, H., & A. Gary. 2000. An Empirical Study of Service Quality Implementation. *The Service Industries Journal*, 20(2), 133-156.
- Deshpand, R., J. U. Arley, & F. E. Webster. 1993. Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: a quadrad analysis. *Journal of Marketing*, 57(1), 23-37.
- Díaz-García, M. & J. Jiménez-Moreno. 2010. Entrepreneurial Intentions: The Role of Gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 261–283.
- Dimitriades, Z. S. 2007. Business ethics and Corporate Social Responsibility in the E-economy. *Electronic Journal of Business Ethics and Organisation Studies*, 2 (12).
- Djazilan, M. S. & D. Darmawan. 2020. Effect of Compensation, Job Demand, Job Characteristics on Employee Retention. *Journal of Science, Technology and Society*, 1(2), 1-8.
- Djazilan, M. S. & D. Darmawan. 2022. Entrepreneurship Education and Family Support: The Determinants that Appear Entrepreneurship Interest for Students. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 60 – 64.
- Dornelas, J. 2018. Empreendedorismo : Transformando Ideias Em Negocios.
- Dyduch, W. 2008. Corporate Entrepreneurship Measurement for Improving Organizational Performance. *Journal of Economics and Management*, 4(1), 15–40.
- Eisenhardt, K. M. & J. A. Martin. 2000. Dynamic Capabilities: What Are They?. *Strategic Management Journal*, 21, 1105-1121.
- Eluka, J. C., O. A. Agu, & C. O. Nwonu. (2015). Improving and Promoting Ethical Behavior in Business Relations: Evidence from Nigeria. *Information and Knowledge Management*, 5(5), 80-87.
- Endres, A. M., & C. R. Woods (2010). Shumpeter's Conduct Model of the Dynamic Entrepreneur: Nature, Scope and Distinctiveness. *Journal of Evolutionary Economic*, 20(4), 583–607.
- Fiol, C. M. 1996. Squeezing Harder Doesn't Always Work: Continuing the Search for Consistency in Innovation Research. *Academy of Management Review*, 21(4), 1012-1021.
- Florin, J., M. Lubatkin, W. Schulze. 2003. A Social Capital Model of High-Growth Ventures. *Acad. Manag. J.* 46, 374–384.
- Gani, A. 2022. The Influence of Perceptions of Organizational Support and Interpersonal Abilities on Employee Achievement Motivation. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(3), 1–4.
- Gutierrez, G. & T. Philippon. 2017. *Declining competition and investment in the us*. National Bureau of Economic Research, Tech. rep.
- Halizah, S. N. & D. Darmawan. 2022. Development Entrepreneurship Intention as an Effort to Improve the Level of the Consumer Household Economy. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 30-34.
- Halizah, S. N. & R. Mardikaningsih. 2022. The Role of Family Support, Learning Achievement and Student Entrepreneurial Intention. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(3), 13 – 18.
- Halizah, S. N., E.A. Sinambela, D. Darmawan & R. Mardikaningsih. 2022. The Influence of Entrepreneurship Education, Self-Efficacy, Locus of Control and Achievement Motivation on Entrepreneurial Intention. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(2), 47-58.
- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. & Miranda, J. 2013. Who Creates Jobs? Small Versus Large Versus Young. *Review of Economics and Statistics*, 95, 347–361.
- Hariani, M. & M. Irfan. 2022. The Influence of Leadership and Work Culture on Employee Work Loyalty. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(1), 39-48.
- Infante, A. & R. Mardikaningsih. 2022. The Potential of Social Media as a Means of Online Business Promotion. *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 45-49.



- Issalillah, F. & R. K. Khayru. 2021. Stress and Reference Group Contribution to Achievement Motivation of Student. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 13-28.
- Jaworski, B.J. & Kohli, A.K. 1993. Market Orientation: Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing*, 57 (3), 53-70.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. 2005. The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. *Harvard business review*, 83(7), 172.
- Khayru, R.K., Nichen, A Chairunnas, Safaruddin, & M. Tahir. 2021. Study on The Relationship Between Social Support and Entrepreneurship Intention Experienced by Adolescents. *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 47-51.
- Khayru, R.K., R. N. K. Kabalmay, M. W. Amri & R. Mardikaningsih. 2022. The Role of Psychological Capital and Entrepreneurship Education on Student Entrepreneurial Intention. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(1), 49-60.
- Kirkley, W. W. 2016. Entrepreneurial Behaviour: The Role of Values. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(3), 290-328.
- Kuhn, B., Sassmannshausen, S., & Zolin, R. 2010. Entrepreneurial Management as a Strategic Choice in Firm Behavior: Linking it with Performance (18th High Technology Small Firms Conference).
- Lazerson, M., 1995. A New Phoenix: Modern Putting-Out in the Modena Knitwear Industry. *Adm. Sci. Q.* 40, 34-59.
- Lestari, U. P. & R. Mardikaningsih. 2020. Effect of Leadership Behavior and Work Climate on Employee Performance. *Journal of Science, Technology and Society*, 1(1), 5-12.
- Liñan, F. 2008. Skill and Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions?. *International Entrepreneurship Management Journal*, 4, 257-272.
- Liñan, F., & Y. W. Chen 2009. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. 1996. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Mardikaningsih, R. & S.N. Halizah. 2022. Relationship between Internal Locus of Control and Employees' Ethical Behaviour in Organisations. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(2), 7-10.
- Mardikaningsih, R. 2022. Reinforcement of Students' Entrepreneurial Intentions through Soft Skills and Hard Skills Empowerment. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(3), 6-14.
- Mardikaningsih, R., E. I. Azizah, N. N. Putri, M. N. Alfian, M. M. D. H. Rudiansyah. 2022. Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises. *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 1 - 4.
- Mazzarol, Y., & Choo, S. 2003. A Study of the Factors Influencing the Operating Location Decisions Of Small Firms. *Journal of Property Management*, 21(2), 190-208.
- McMullen, J., & D. Shepherd 2006. Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31, 132-152.
- Moriano, J. A., M. Gorgievski, M. Laguna, U. Stephan, & K. Zarafshani 2011. A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intentions. *Journal of Career Development*, 38(1), 1-24.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. 1998. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266
- Neely, A. 1998. *Measuring Business Performance: Why, what and how*. The Economist Books, London.
- Neneh, B. N., & D. H. Welsh. 2022. Family Support and Business Performance of South African Female Technology Entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(6), 1631-1652.
- Nurmalasari, D. & R. Mardikaningsih. 2022. Utilization of Waste Paper Through Recycling and Entrepreneurial Spirit Development. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 35 - 37.
- Ogbari, M. E., A. O. Oke, A. A. Ibukunoluwa, M. A. Ajagbe, & A. C. Ologbo. 2016. Entrepreneurship and Business Ethics: Implications on Corporate Performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(3), 50-58.
- Okoh, O. E., Amah, E. & Olori, W. 2018. Ethical Orientation and Organizational Survival of Fast-Food Firms in Rivers State. *International Journal of Advanced Academic Research, Social, & Management Sciences*, 4(3), 88-107.
- Paswan, R. K. 2015. Role of Ethics In Modern Business: An Important Key Aspect of the Concern.
- Phillips, P. A. 1999. Performance Measurement Systems and Hotels: A New Conceptual Framework. *International Journal of Hospitality Management*, 18(2), 171-182.
- Premaratne S. P. 2002. *Entrepreneurial Networks and Small Business Development: The Case of Sri Lanka*. PhD Dissertation, Unpublished. Eindhoven University of Technology, Eindhoven.
- Pugsley, B. W. & A. Sahin. 2018. Grown-up Business Cycles. *The Review of Financial Studies*, 32, 1102-1147.
- Putra, A. R. & D. Darmawan. 2022. Competitive Advantage of MSMEs in Terms of Technology Orientation and Entrepreneurship Competence. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(1), 15-20.
- Putra, A. R., Ernawati, Jahroni, T.S. Anjanarko, & E. Retnowati. 2022. Creative Economy Development Efforts in Culinary Business. *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 21 - 26.
- Randerson, K., C. Seaman, J. J. Daspit, & C. Barredy. 2020. Institutional Influences on Entrepreneurial Behaviours in the Family Entrepreneurship Context: Towards an Integrative Framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(1), 1-13.



- Rashid, U. K., & Mahmood, R. 2016. The Effects of Entrepreneurial Management and Ethics On The Women-owned SMEs Business Performance in Malaysia. *Journal for Studies in Management and Planning*, 2(10), 1–13.
- Retnowati, E. & D. Darmawan. 2022. Efforts to Increase Employee Performance Through Quality of Work Life and Strengthening Self-Efficiency. *Journal of Science, Technology and Society*, 3(2), 8–14.
- Rok, B. 2004. Odpowiedzialny Biznes w Nieodpowiedzialnym Swiecie. *Forum Odpowiedzialnego Biznesu*, 68.
- Sinambela, E. A. D. Nurmalasari, D. Darmawan, & R. Mardikaningsih. 2021. The Role of Business Capital, Level of Education, and Technology in Increasing Business Income. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 77-92.
- Stevenson, H. H. 2006. A Perspective on Entrepreneurship (April 2006). Harvard Business School Background Note 384-131.
- Storey, J. 2000. The Management of Innovation Problem. *International Journal of Innovation Management*, 4 (3), 347-369.
- Treviño, L. K. & Nelson, K. A. 2011. *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right*, 4th edition, Wiley.
- Williamson O. E. 1981. The economics of Organization: The Transaction Cost Approach. *The American Journal of Sociology*, 87(3), 548-577.