



BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam
P-ISSN: 2442-3718, E-ISSN: 2477-5533
Volume 10, Nomor 2, Desember 2022 (PP : 267-286)
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/index>
<http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v10i2.17740>

Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi *Entrepreneurial Orientation*

**Agus Supriyanto¹, Ririt Dwiputri Permatasari²,
Asepma Hygi Prihastuti³, Tommy Saputra⁴, M. Ansyar Bora⁵**

**IAIN Kudus¹, Institut Teknologi Batam², STIE Persada Pekanbaru³, Universitas Ibnu Sina²,
Institut Teknologi Batam⁵**

*agussupriyanto@iainkudus.ac.id¹, ririt@iteba.ac.id², asepma.hygie@gmail.com³,
tommy@uis.ac.id⁴, ansyar@iteba.ac.id⁵*

Abstract

The purpose of this study was to determine the factors that support the success of Muslim women in running a business seen from the dimensions of entrepreneurial orientation. Respondents in the study were 105 Muslimah SMEs who run businesses in Kudus Regency. The sampling technique uses non probability sampling with the Convenience Sampling method. The data analysis technique uses Structural Equation Modeling with the help of AMOS 25.0. The results of the study indicate that there is a significant influence between innovation, risk taking, proactivity, competitive aggressiveness and autonomy on the birth of Muslim women as MSME actors. All dimensions of entrepreneurial orientation are proof that to achieve success in running a business, a business actor needs to implement the dimensions of entrepreneurial orientation. The autonomy dimension gets the highest average answer, it is important to pay attention that the delegation of authority and responsibility to employees to make accidental decisions. The managerial implication of this research is that SMEs need to pay attention to the dimensions of entrepreneurial orientation because it will have an impact on improving business performance.

Keywords: *Innovation, Risk Taking, Proactive Competitive Aggresiveness, Autonomy.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mendukung keberhasilan muslimah dalam menjalankan usaha dilihat dari dimensi *entrepreneurial orientation*. Responden dalam penelitian adalah muslimah pelaku UMKM yang berjumlah 105 yang

menjalankan usaha di Kabupaten Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode convenience sampling. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* dengan bantuan AMOS 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi, pengambilan risiko, proaktif, keagresifan bersaing dan otonomi terhadap kesuksesan muslimah pelaku UMKM. Semua dimensi dari *entrepreneurial orientation* menjadi bukti bahwa untuk mencapai kesuksesan dalam menjalankan usaha, seorang pelaku usaha perlu mengimplementasikan dimensi dari *entrepreneurial orientation*. Dimensi otonomi mendapatkan jawaban yang paling tinggi rata-ratanya, penting menjadi perhatian bahwa pendelegasian wewenang dan tanggung jawab kepada karyawan untuk mengambil keputusan yang bersifat aksidental. Implikasi manajerial penelitian ini adalah bahwa muslimah pelaku UMKM perlu untuk memperhatikan dimensi dari *entrepreneurial orientation* karena akan berdampak pada peningkatan kinerja bisnis yang dijalankan.

Kata Kunci: Inovasi, Pengambilan Risiko, Proaktif, Keagresifan Bersaing, Otonomi.

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik telah merilis data bahwa 64,5 persen pelaku usaha dalam kategori UMKM di Indonesia didominasi oleh pelaku usaha yang memiliki jenis kelamin perempuan. Kegiatan usaha yang dijalankan oleh perempuan ini perlu untuk mendapat perhatian dari stake holder yang ada karena sudah terbukti pada beberapa kesempatan, ketika terjadi gejolak ekonomi UMKM yang ada di Indonesia bisa menopang perekonomian. Perempuan yang ada di Indonesia banyak berkontribusi pada sektor mikro. Kondisi ini sejalan dengan program-program yang dicanangkan oleh pemerintah, bahwa kementerian Koperasi dan UKM berencana untuk melahirkan pengusaha-pengusaha baru di Indonesia karena bisa dikatakan bahwa pemerintah data jumlah pelaku usaha yang ada di Indonesia bisa dikatakan kurang ideal karena angkanya di bawah 4 persen, sedangkan jumlah entrepreneur di Indonesia masih dalam angka 3,4 persen (Masduki, 2021). Angka tersebut masih tergolong sangat rendah dibandingkan Singapura yang berada pada angka 10 persen, atau di negara maju yang berada di angka minimal 5 persen.

Pelaku usaha di Indonesia harus terus bersaing dengan pelaku usaha dari negara lain karena adanya globalisasi yang telah menyandingkan produk hasil karya dari pelaku usaha lokal dengan produk sejenis pada pasar global. Persaingan yang semakin kompetitif ini memaksa seluruh pihak untuk memberikan perhatian lebih di berbagai sektor karena masih terdapat banyak kekurangan yang ada pada industri lokal. Minimnya keterampilan dan peralatan dalam melakukan produksi menjadi



titik lemah yang dimiliki pelaku usaha lokal. Akan tetapi, dari sisi kemauan, pelaku usaha lokal sudah pantas untuk dijadikan percontohan karena ini adalah wujud etos kerja yang dimiliki pelaku usaha lokal dalam menjalankan bisnis. Semangat dalam memajukan usaha di tengah persaingan usaha yang sangat kompetitif perlu untuk dijadikan percontohan bagi generasi penerus agar bisa berhasil dalam menjalankan usaha (Dey and Banerjee, 2021).

UMKM harus bersinergi dan terintegrasi dengan seluruh stake holder dalam pemerintahan supaya bisa memasuki pasar global (Hartopo, 2022). Kantor dagang dan Industri di tiap daerah harapannya bisa menjadi rumah untuk menampung aspirasi dari pelaku usaha, sehingga pada akhirnya pemerintah akan bisa mendapatkan masukan yang tepat dalam mengambil sebuah kebijakan dalam mendorong tumbuh kembangnya UMKM untuk menghadapi persaingan. Ini menjadi penting karena pelaku usaha mikro dan kecil butuh asuhan pemerintah untuk bisa bertahan menghadapi gempuran persaingan produk import yang selama ini sudah masuk ke pasar dalam negeri. Berkembangnya teknologi informasi dan pasar e-commerce membuat proses perdagangan dan distribusi produk antar negara semakin mudah dan terintegrasi, pemerintah harus hadir membimbing dan memberi arahan pelaku usaha lokal dengan berbagai kegiatan pelatihan supaya pelaku usaha lokal bisa terus bertahan.

Menurut (Dey and Banerjee, 2021), penelitian yang dilakukan di negara India, dengan sampel pelaku usaha berjenis kelamin perempuan. Penelitian tersebut dilakukan di daerah Bengal Barat pada masa lockdown sekitar bulan Maret tahun 2020. Hasil penelitiannya menyatakan tentang banyaknya pelaku usaha perempuan yang sukses dalam berbisnis. Ini merupakan harapan semua pelaku usaha karena dengan mendapatkan keberhasilan dalam menjalankan usaha, bagi penduduk di Bengal Barat India. Keberhasilan usaha merupakan bagian usaha atau ikhtiar yang dijalankan secara benar dan totalitas. Ikhtiar yang dilakukan dengan cara memanfaatkan sosial media untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan pada masa lockdown tersebut. Langkah aksidental ini ternyata bisa berhasil menopang ekonomi warga masyarakat selama masa pandemi covid-19.

Penelitian terkait pemasaran melalui sosial media ini pernah dilakukan sebelumnya oleh (Baranik, Gorman and Wales, 2018), penelitian tersebut dilakukan pada group facebook. Perempuan di India banyak yang menjual produknya di media tersebut secara rutin dan berkelanjutan, covid-19 menjadi puncak peralihan tertinggi proses transaksi produk melalui sosial media. Selain untuk proses transaksi,

media sosial facebook juga dimanfaatkan oleh pelaku usaha perempuan di India untuk bertukar ide gagasan untuk bisa sukses dalam menjalankan sebuah usaha. Pelaku usaha pada era distrupsi dipaksa untuk mempunyai mindset bisnis dan semangat untuk berkompetisi, pelaku usaha juga harus peka dan bisa merespon persaingan bisnis dengan cara melakukan inovasi dan perbaikan secara rutin dalam menjalankan usahanya (Ponta, Puliga and Manzini, 2021). Kemampuan beradaptasi dan bertransformasi merupakan bagian penting yang harus dimiliki pelaku usaha, baik pelaku usaha kecil ataupun skala perusahaan. Kepiawaian seorang pelaku usaha dalam menjalankan bisnis, fleksibilitas dalam menjalankan bisnis menjadi pendukung utama bagi sukses dan tidaknya bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha (Schumpeter, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh (Nafisah, *et al.*, 2021), penelitian yang dilakukan pada 122 pelaku Usaha Kecil Menengah di Malaysia ini menunjukkan bahwa dimensi dari *entrepreneurial orientation* yaitu keberhasilan faktor inovasi dan proaktif memiliki pengaruh terhadap UKM. Kontribusi *entrepreneurial orientation* untuk menjalankan sebuah usaha dipandang menjadi penting karena pada studi yang dilakukan sebelumnya terdapat efek yang signifikan pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap kesuksesan sebuah usaha. Penelitian tentang UKM di Malaysia ini bisa dijadikan acuan dalam mengambil keputusan terkait kebijakan pemerintah dalam mengambil kebijakan mengingat 97 persen dari seluruh bisnis yang ada di Malaysia itu berasal dari sektor UKM. Hasil penelitian sejalan dengan yang dilakukan oleh (Nafisah, *et al.*, 2021) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh terhadap pertumbuhan pebisnis.

Research gap pada penelitian ini adalah *entrepreneurial orientation* yang dilakukan oleh (Nafisah, *et al.*, 2021) memasukkan dimensi inovasi, pengambilan risiko dan proaktif, sedangkan pada penelitian ini meneliti seluruh dimensi dari orientasi kewirausahaan dengan menambahkan dimensi keagresifan bersaing dan otonomi karena pada penelitian sebelumnya yang dilakukan (Ahmed, Streimikiene and Zheng, 2021), keagresifan bersaing dan otonomi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan sebuah bisnis. Penelitian sebelumnya menggunakan analisis regresi berganda, sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis *structural equation modelling* (SEM). Harapannya adalah penelitian yang dilakukan akan lebih detil mengetahui efek dari tiap item pertanyaan dalam penelitian.



KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini menggunakan teori *Resource Based View*, banyak terjadi kegagalan pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kegagalan pelaku usaha ini mengisyaratkan terjadi indikasi atas tidak efektif dan efisien dalam menjalankan pekerjaan. Dalam menjalankan pekerjaan para pelaku UMKM harus memperhatikan faktor yang menentukan tingkat produktivitas para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis (Zulkifli and Rosli, 2013). Keberhasilan dalam menjalankan usaha menjadi bentuk perhatian baik secara langsung atau tidak langsung yang harus diukur berdasarkan nilai keuangan dan non keuangan. Sejauh mana pelaku usaha mengelola usaha dengan sumberdaya yang dimiliki untuk mencapai titik puncak keberhasilan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

Kinerja Bisnis UMKM

Pelaku usaha bisa dikatakan berhasil ketika bisa menciptakan produk baru dan keluar dari persaingan yang ada, membuat rivalnya tidak relevan dan mendapatkan pasar baru. Pelaku UMKM yang bisa meningkatkan pertumbuhan dalam menjalankan usaha biasanya adalah pelaku usaha yang bisa fleksibel dalam mengelola usaha. Kepiwaan seorang pelaku usaha menjadi penting sebagai modal dasar dalam mengelola usaha. Proses adaptasi dan bertransformasi dengan pemanfaatan teknologi informasi untuk dijadikan sarana pendukung untuk menjalankan sebuah bisnis menjadi penting, ini pada akhirnya bisa dijadikan sarana dalam melakukan pemasaran dan penjualan produk.

Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku usaha cenderung tidak tegas, sehingga usaha yang dijalankan terjadi kesalahan. Ketidaktegasan dalam pengambilan keputusan ini biasanya dikarenakan kurangnya bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, ini biasanya karena lemahnya sistem administrasi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Administrasi dalam usaha adalah kebutuhan dalam sebuah organisasi bisnis untuk menjadi acuan tumbuh kembangnya sebuah usaha karena akan dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan. Dasar administrasi yang salah, akan menyebabkan pengambilan keputusan yang salah pula (Garzoni *et al.*, 2020). Keberhasilan menjalankan usaha menjadi penting karena menurut (Dey and Banerjee, 2021), keberhasilan usaha itu akan bisa dicapai ketika pelaku usaha menjalankan aktifitas bisnis dengan sungguh-sungguh, karena itu adalah bagian dari ikhtiar untuk mencapai kebahagiaan di dunia.

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi Kewirausahaan adalah bagaimana kita bisa menemukan sebuah peluang, kemudian berani mengambil risiko atas apa yang menjadi keputusan para pemimpin organisasi dalam mengambil sebuah kebijakan (Knight, 2000). *Entrepreneurial Orientation* merupakan sebuah sistem nilai bagi sebuah perusahaan yang pada nantinya akan bisa digunakan untuk menentukan arah dan strategi yang akan digunakan oleh perusahaan. UKM sendiri dibagi menjadi dua bagian, pertama adalah pengusaha dan yang kedua adalah UKM. Keduanya saling berinteraksi satu sama lainnya. Para pengusaha sebagian besar telah menemukan posisi diri mereka, sebagai bagian dari entitas bisnis dimana pengusaha ini yang nantinya akan menentukan keberhasilan sebuah UKM.

Orientasi Kewirausahaan akan sangat ideal dengan lingkungan yang nanti akan bergerak lebih cepat karena wirausaha dapat secara langsung untuk mempraktikkan ide dan membangun bergaining posisi dan menyesuaikan pangsa pasar. Hasil penelitian terkait kajian ini telah disepakati oleh para peneliti sebelumnya. Menurut (Miller, 1983), orientasi kewirausahaan memiliki tiga dimensi yaitu inovatif, pengambilan risiko dan proaktif. Teori ini dikembangkan oleh (Lumpkin and Dess, 1996), yaitu dimensi dari orientasi kewirausahaan terbagi dalam lima dimensi, adalah sebagai berikut:

1. Inovatif

Inovatif adalah suatu kecenderungan untuk selalu terlibat dalam suatu kreativitas serta eksperimen dengan melakukan pengenalan terhadap produk dan jasa yang terbaru, mengedepankan teknologi melalui riset serta pengembangan dalam melakukan proses yang baru.

2. Pengambilan resiko

Pengambilan resiko merupakan suatu langkah pengambilan tindakan yang tegas dengan melakukan sebuah eksplorasi terkait hal yang tidak diketahui, mendapatkan akses dengan cara meminjam modal dalam jumlah yang besar, atau mengalokasikan sumberdaya yang signifikan dalam menjalankan usaha dalam ketidakpastian.

3. Proaktif

Proaktif merupakan sebuah langkah dalam mencari peluang, selalu mempunyai perspektif untuk memandang jauh lebih ke depan, biasanya ditandai dengan



memperkenalkan produk atau jasa yang baru, mengambil langkah lebih dulu di dalam melakukan persaingan serta biasanya selalu mengantisipasi permintaan pada masa yang akan datang.

4. Keagresifan bersaing

Keagresifan bersaing merupakan intensitas usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam menunjukkan keunggulan bersaing, biasanya bisa dilihat dari sikap dan tanggapan yang lebih ofensif serta merespon kondisi dengan agresif terhadap tindakan yang dilakukan oleh pesaing.

5. Otonomi

Otonomi adalah bagian dari sebuah kinerja mandiri, ini biasanya ditandai dengan pengambilan tindakan yang bertujuan untuk mengambil keputusan demi kemajuan sebuah bisnis. Tindakan ini biasanya dibayar dengan pekerjaan yang berakhir pada penyelesaian terkait langkah yang dihadapi.

Setiap usaha pasti menginginkan sebuah keberhasilan dan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Ikhtiar dengan cara menjalankan bisnis adalah salah satu bagian atau proses untuk mencapai keberhasilan dan kebahagiaan tersebut. Ikhtiar ini harus dilaksanakan dengan benar dan sungguh-sungguh. Penelitian yang dilakukan oleh (Dey and Banerjee, 2021) di negara India, penelitian itu dilakukan pada pelaku usaha perempuan di wilayah Bengal barat. Penelitian dilakukan sejak awal masa lockdown yaitu akhir maret 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak perempuan merespon dengan cepat dan bisa melakukan adaptasi dengan perubahan kondisi bisnis. Perempuan dalam menjalankan usaha terbiasa melakukan inovasi dengan memanfaatkan teknologi informasi. Mereka memanfaatkan media social facebook untuk memasarkan produknya. Pemasaran produk melalui group facebook meningkat signifikan. Banyak perempuan di India beradaptasi dan mengubah model bisnisnya dengan melakukan inovasi pemasaran untuk meningkatkan kinerja dari bisnis mereka. Selain itu, yang menarik adalah selain perempuan di Bengal Barat ini berbisnis, mereka juga saling berbagi informasi dan pengetahuan yang dianggap bermanfaat bagi penduduk India pada disela-sela penawaran produk.

Implementasi *Orientasi Kewirausahaan* akan berdampak pada terciptanya peluang untuk memasuki pangsa pasar yang baru. Pelaku UKM saling berlomba untuk bersaing memperebutkan posisi strategis dalam memasuki pangsa pasar yang tersedia. Faktor

inovasi menjadi penting untuk diimplementasikan karena merupakan bagian dari faktor kunci keberhasilan sebuah bisnis. Tuntutan bagi anggota dalam organisasi untuk ikut mengimplementasikan perilaku inovasi dalam menjalankan proses bisnis menjadi penting karena bisa berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan dalam menghadapi persaingan bisnis (Jamai *et al.*, 2021). Inovasi dalam kewirausahaan merupakan sejauh mana pelaku UKM memiliki imajinasi dan keterbukaan akan perubahan dalam lingkungan bisnis. Untuk mengembangkan UKM, maka dibutuhkan pemikiran dan melibatkan sumberdaya yang besar supaya proses inovasi tersebut bisa terlaksana. Ide yang berbeda dan bekerja menggunakan cara-cara baru menjadi penting untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam bekerja. Pekerja harus mulai mempunyai pemikiran terbuka di luar bidang pekerjaan karena kondisi tersebut akan memicu ide baru yang berguna untuk mengembangkan organisasi bisnis. Dukungan inovasi mempunyai efek moderat, sehingga dampaknya berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Fahad *et al.*, 2021). Perkembangan bisnis yang mengalami perubahan, dan demi kelangsungan bisnis UKM, maka UKM perlu untuk melakukan inovasi pada produk dan layanan (Haffar *et al.*, 2022).

H1: Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Risiko merupakan sebuah ketidakpastian, tindakan dalam pengambilan keputusan akan bisa terlihat ketika seorang pimpinan mengambil risiko atas keputusan yang sudah diambil. Pengambilan risiko dengan cara mengambil langkah pendekatan konservatif berdampak pada kegiatan usaha (Tong and Yang, 2021). Kategori risiko ada tiga yaitu risiko dalam keuangan, layanan dan hubungan. Kategori pengambilan risiko tersebut menjadi penting untuk dipertimbangkan karena akan berdampak pada hubungan dengan pelanggan yang pada jangka panjang akan berpengaruh pada pertumbuhan bisnis itu sendiri (Civelek, 2021). Proses manajemen sebuah risiko bukan merupakan kewajiban, tetapi melakukan analisis terhadap risiko yang akan terjadi pada bisnis yang dijalankan harus selalu dilakukan. Saat ini manajemen risiko bisa dilakukan dengan meningkatkan proses pengambilan keputusan dan mengintegrasikannya, yang kedua harus menjalankan bisnis dengan proses yang dilakukan dengan memperkenalkan model baru sebagai alternatif untuk mengembangkan sebuah bisnis (Crovini, Santoro and Ossola, 2020).

H2: Pengambilan risiko berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM



Penelitian ini menggunakan pengukuran pengambilan risiko yang berkaitan dengan keaktifan UKM dalam menjalankan usaha untuk mencapai profitabilitas, namun juga penting untuk memikirkan dampak terhadap lingkungan. Keunggulan kompetitif dan diferensiasi kompetitif untuk pembangunan secara keberlanjutan khususnya dalam hal kinerja. Keaktifan pelaku UKM dalam merespon kondisi yang terjadi, karena kinerja UKM biasanya berorientasi pada garda depan seperti pada strategi produk, produksi, proses dan kinerja keuangan. Ini menjadi perhatian dan fokus para pemilik usaha karena bisa berdampak pada peningkatan keuntungan usaha, sebaliknya ketika tidak terkelola dengan baik maka akan menjadi petaka bagi perusahaan. Menurut (Bilal *et al.*, 2021), perubahan lingkungan bisnis pasca wabah Covid-19 menyebabkan tekanan psikologis pelaku UKM karena mereka dihadapkan pada ketidakpastian, khususnya pada negara berkembang. Ketidakpastian ini menjadi penghalang bagi berkembangnya perilaku kerja proaktif, maka dibutuhkan sosok pemimpin kewirausahaan yang efektif dan memiliki kepribadian proaktif supaya bisnis bisa terus meluaskan pangsa pasar pasca pandemi. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nafisah, *et al.*, 2021) bahwa perilaku proaktif yang dimiliki oleh pelaku UKM di Malaysia berkontribusi menyukseskan pelaku UKM.

H3: Proaktif berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Kondisi bisnis yang terus berkembang pesat membuat para pelaku usaha harus mengoptimalkan potensi yang dimiliki untuk memenangkan pangsa pasar yang tersedia (Joesyiana, 2017). Berbagai macam tindakan agresif dilakukan untuk mencapai tingkat pertumbuhan sebuah usaha. Kondisi ini diimbangi oleh perluasan pangsa pasar sampai ke lokasi pelosok daerah, karena strategi agresif itu sendiri merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk memperluas pasar. Strategi bersaing secara agresif paling dominan dalam memberikan kontribusi untuk pertumbuhan usaha. Disusul oleh implementasi strategi penetrasi pasar dengan cara promosi penjualan secara intensif dan efektif, sedangkan untuk strategi pengembangan pasar biasanya dilaksanakan dengan mempertahankan brand image yang sudah dimilikipelaku usaha. Karakteristik agresif dalam perluasan pangsa pasar terbukti dapat meningkatkan pengetahuan dan kompetensi dalam strategi mengalahkan pesaing. Dalam kewirausahaan seorang pelaku usaha harus mempelajarinya supaya mendapatkan kinerja tinggi dan lebih nyata (Astuti, Afiff and Balqiah, 2017). Pernyataan itu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hanandeh, *et al.*,

2021) bahwa keagresifan bersaing mampu mempengaruhi kinerja e-marketing yang akan berdampak pada kinerja bisnis.

H4: Keagresifan bersaing berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Penyumbang utama sebuah inovasi dalam organisasi bisnis adalah pekerja yang mempunyai perilaku inovatif dalam bekerja. Memberikan kepercayaan dan otoritas kepada karyawan untuk mengambil tindakan yang bersifat aksidental merupakan langkah yang bisa berguna untuk organisasi bisnis pada saat terjadi urgensi pengambilan keputusan. Studi tentang kepemimpinan yang mendelegasikan kewenangan kepada bawahan untuk mengambil tindakan secara mandiri berdampak pada pertumbuhan bisnis yang agresif (Civelek, 2021). Pentingnya kinerja individu dalam menjalankan pekerjaan mendukung karakteristik pekerjaan yang efektif yang mana ketika pekerja berada pada kondisi yang sulit. Dapat disimpulkan bahwa otonomi mempengaruhi perilaku kerja kontradiktif yang akan mempengaruhi kinerja tugas dan kinerja konseptual (Kaya and DİNÇ Elmali, 2021). Pelaksanaan kinerja yang fleksibel yang memberikan kewenangan kepada anggota dalam organisasi untuk menjalankan tindakan dalam lingkup kerjanya menjadi langkah yang membantu karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya tanpa menunggu perintah atasan ketika tidak menyangkut keputusan strategis perusahaan (Amirul *et al.*, 2021).

H5: Otonomi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM

METODE PENELITIAN

Populasi dan sampel penelitian

Populasi penelitian ini adalah muslimah pelaku UMKM di Kabupaten kudus, sampel penelitian berjumlah 105 responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *convinience sampling*. Sampel dalam penelitian ini sesuai dengan kriteria dalam melakukan analisis *Structural Equation Modelling* karena menurut (Hair *et al.*, 2017), sampel yang digunakan untuk analisis SEM adalah sebanyak 100 sampai dengan 200 responden.



Definisi operasional dan pengukuran variabel

Penelitian ini kinerja bisnis UMKM diukur dengan menggunakan kuesioner yang diadopsi dari (Noor Hazlina, A., Wilson, C., & Kummerow, 2011) yang berjumlah 22 pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5. Dimensi orientasi kewirausahaan adalah bagaimana kita bisa menemukan sebuah peluang, kemudian berani mengambil risiko atas apa yang menjadi keputusan para pemimpin organisasi dalam mengambil sebuah kebijakan (Knight, 2000). Dimensi orientasi kewirausahaan diukur dengan kuesioner dari (Duru, Ehidihamhen and Chijioko, 2018). Variabel inovasi diukur dengan 6 item pertanyaan, variabel pengambilan risiko diukur dengan 5 pertanyaan, variabel proaktif diukur dengan 5 pertanyaan, variabel kemampuan bersaing diukur dengan 5 pertanyaan dan variabel otonomi diukur menggunakan 7 pertanyaan. Penelitian ini menginterpretasikan data menggunakan skala likert 1-5. Kinerja bisnis UMKM yaitu keberhasilan usaha, yaitu keberhasilan dari suatu bisnis dalam mencapai tujuannya (Suryana, 2003).

Metode analisis data

Peneliti menggunakan pengujian validitas instrument dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), CFA digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan bisa benar-benar digunakan untuk yang akan diukur (Ghozali, 2016). Pengujian reabilitas instrument menggunakan *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep (Sekaran, 2011).

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM). Model persamaan *Structural Equation Modeling* merupakan sekumpulan teknik statistik yang memungkinkan seseorang untuk melakukan pengujian terhadap sebuah rangkaian hubungan relatif yang relatif rumit secara simultan (Ferdinand, 2014). Penggunaan teknik analisis SEM pada penelitian ini adalah karena memiliki keunggulan dalam sebuah penelitian manajemen karena bisa mengkonfirmasi antar dimensi dari sebuah konsep atau faktor-faktor yang sering digunakan dalam penelitian manajemen. Keuntungan lain dari penggunaan alat analisis ini adalah karena kemampuannya mengukur pengaruh antar variable secara teoritis.

PEMBAHASAN

Uji validitas pada penelitian ini untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Pengukuran kuesioner penelitian pada penelitian ini menggunakan uji *Confirmatory Factor Analysis*. Pengujian kuesioner penelitian terhadap variabel utama yaitu kinerja bisnis UMKM, inovasi, pengambilan risiko, proaktif, keagresifan bersaing dan otonomi. Dari total 50 pertanyaan dalam kuesioner yang disebar, pada pengujian validitas instrument terdapat 1 kuesioner yang tidak valid pada kuesioner pengambilan risiko (saya mengambil risiko dengan memperhitungkan ide-ide baru), terdapat 2 kuesioner yang tidak valid pada variabel otonomi (saya berani melakukan tindakan secara mandiri, dan saya memiliki kebebasan dalam bekerja), Sedangkan pada kuesioner kinerja terdapat 2 kuesioner yang tidak valid yaitu UMKM saya tumbuh seiring dengan karir saya dan kuesioner hubungan antar UMKM di daerah saya baik.

Hasil pengujian validitas selain kuesioner tersebut menunjukkan semua kuesioner dinyatakan valid karena nilainya lebih dari 0.5. Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini bertujuan untuk melihat konsistensi pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam melakukan penelitian. Hasil pengujian yang telah dilakukan dari 5 variabel, semua pertanyaan reliabel karena memiliki *nilai cronbach's alpha* di atas 0,60.

Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Pengujian terhadap variabel inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM menunjukkan fakta bahwa pada penelitian ini item pertanyaan dari variabel inovasi menunjukkan nilai signifikan (0.000). Nilai tersebut dikatakan signifikan karena nilainya kurang dari 0.05 dan nilai Critical Ratio (CR) diatas 2.0 (3,012). Dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini yaitu variabel inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Sehingga pada penelitian ini untuk hipotesis 1 dinyatakan didukung. Hal tersebut berarti bahwa inovasi yang telah diimplementasikan pada bisnis UMKM akan berdampak pada peningkatan kinerja bisnis. Penelitian pada pebisnis UMKM di Kabupaten Kudus Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Jamai *et al.*, 2021); (Fahad *et al.*, 2021); dan (Haffar *et al.*, 2022).

Inovasi dalam kewirausahaan merupakan sejauh mana pelaku bisnis memiliki imajinasi dan keterbukaan terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis. Untuk mengembangkan bisnis, maka dibutuhkan pemikiran dan melibatkan sumberdaya



yang besar supaya proses inovasi tersebut bisa terlaksana dengan baik. Ide yang berbeda dan bekerja menggunakan cara-cara baru menjadi penting untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam bekerja. Pekerja harus mulai mempunyai pemikiran terbuka di luar bidang pekerjaan karena kondisi tersebut akan memicu ide baru yang berguna untuk mengembangkan organisasi bisnis. Dukungan inovasi mempunyai efek moderat, sehingga dampaknya berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Perkembangan bisnis yang mengalami perubahan, dan demi kelangsungan bisnis UKM, maka UMKM perlu melakukan inovasi pada produk dan layanan.

Pengaruh Pengambilan Risiko terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Hasil penelitian yang telah diujikan terhadap variabel pengambilan risiko mempunyai nilai signifikansi sebesar (0,015) dan Nilai CR diatas 2.0 (3,321). Maka dari perhitungan tersebut disimpulkan bahwa pengambilan risiko berpengaruh signifikan pada kinerja bisnis UMKM, sehingga hipotesis 2 pada penelitian ini didukung. Artinya pengambilan risiko dalam sebuah bisnis akan berdampak pada kinerja bisnis, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Tong and Yang, 2021); (Civelek, 2021); dan (Crovini, Santoro and Ossola, 2020).

Ketidakpastian dalam pengambilan risiko merupakan tindakan dalam pengambilan keputusan akan bisa terlihat ketika seorang pimpinan mengambil risiko atas keputusan yang sudah diambil. Pengambilan risiko dengan cara mengambil langkah pendekatan konservatif berdampak pada kegiatan usaha. Kategori risiko ada tiga yaitu risiko dalam keuangan, layanan dan hubungan. Kategori pengambilan risiko tersebut menjadi penting untuk dipertimbangkan karena akan berdampak pada hubungan dengan pelanggan yang pada jangka panjang akan berpengaruh pada pertumbuhan bisnis itu sendiri. Proses manajemen sebuah risiko bukan merupakan kewajiban, tetapi melakukan analisis terhadap risiko yang akan terjadi pada bisnis yang dijalankan harus selalu dilakukan. Saat ini manajemen risiko bisa dilakukan dengan meningkatkan pengambilan keputusan dan mengintegrasikannya, yang kedua harus menjalankan bisnis dengan proses yang dilakukan dengan memperkenalkan model baru sebagai alternatif untuk mengembangkan sebuah bisnis.

Pengaruh Proaktif terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proaktif berpengaruh pada kinerja bisnis UMKM, karena memiliki nilai signifikansi 0.031 dan nilai CR diatas 2.0 (3,890). Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 pada penelitian ini didukung, artinya ketika pelaku bisnis proaktif dalam menjalankan bisnis, maka akan berkontribusi pada kinerja bisnis UMKM. Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Bilal *et al.*, 2021) dan (Nafisah, *et al.* 2021).

Penelitian ini menggunakan pengukuran pengambilan risiko yang berkaitan dengan keaktifan UKM dalam menjalankan usaha untuk mencapai profitabilitas, namun juga penting untuk memikirkan dampak terhadap lingkungan. Keunggulan kompetitif dan diferensiasi kompetitif untuk pembangunan secara keberlanjutan khususnya dalam hal kinerja. Keaktifan pelaku UKM dalam merespon kondisi yang terjadi, karena kinerja UKM biasanya berorientasi pada garda depan seperti pada strategi produk, produksi, proses dan kinerja keuangan. Ini menjadi perhatian dan fokus para pemilik usaha karena bisa berdampak pada peningkatan keuntungan usaha, sebaliknya ketika tidak terkelola dengan baik maka akan menjadi petaka bagi perusahaan. Ketidakpastian ini menjadi penghalang bagi berkembangnya perilaku kerja proaktif, maka dibutuhkan sosok pemimpin kewirausahaan yang efektif dan memiliki kepribadian proaktif supaya bisnis bisa terus meluaskan pangsa pasar pasca pandemi. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terkait perilaku proaktif yang dimiliki oleh pelaku UMKM telah berkontribusi menyukseskan usaha pelaku UMKM.

Pengaruh Keagresifan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Pengaruh keagresifan bersaing terhadap kinerja bisnis UMKM ketika diujikan menggunakan Structural Equation Modelling, hasilnya signifikansi menunjukkan nilai signifikan sebesar (0.000) dan nilai CR (2.762). Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini hipotesis 4 pada penelitian ini didukung. Dalam penelitian ini, hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Astuti, Afiff and Balqiah, 2017) dan (Hanandeh, *et al* 2021), bahwa kondisi bisnis yang terus berkembang pesat membuat para pelaku usaha harus mengoptimalkan potensi yang dimiliki untuk memenangkan pangsa pasar yang tersedia. Berbagai macam tindakan agresif dilakukan untuk mencapai tingkat pertumbuhan sebuah usaha. Kondisi ini diimbangi oleh perluasan pangsa pasar sampai ke lokasi pelosok



daerah, karena strategi agresif itu sendiri merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk memperluas pasar. Strategi bersaing secara agresif paling dominan dalam memberikan kontribusi untuk pertumbuhan usaha. Disusul oleh implementasi strategi penetrasi pasar dengan cara promosi penjualan secara intensif dan efektif, sedangkan untuk strategi pengembangan pasar biasanya dilaksanakan dengan mempertahankan brand image yang sudah dimilikipelaku usaha. Karakteristik agresif dalam perluasan pangsa pasar terbukti dapat meningkatkan pengetahuan dan kompetensi dalam strategi mengalahkan pesaing. Dalam kewirausahaan seorang pelaku usaha harus mempelajarinya supaya mendapatkan kinerja tinggi dan lebih nyata. Keagresifan bersaing mampu mempengaruhi kinerja e-marketing yang akan berdampak pada kinerja bisnis.

Pengaruh Otonomi terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa otonomi berpengaruh pada kinerja bisnis UMKM, karena memiliki nilai signifikansi (0.017) dan nilai CR (2.809). Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 pada penelitian ini didukung. Artinya ketika pelaku bisnis mau untuk memberikan hak otonomi dan mendelegasikan pengambilan keputusan terkait perubahan dalam menjalankan bisnis, maka akan berdampak pada peningkatan kinerja bisnis UMKM. Penelitian ini sejalan dengan peneelitan yang dilakukan oleh (Civelek, 2021); (Kaya and DİNÇ Elmali, 2021); dan (Amirul *et al.*, 2021), yang menyatakan bahwa otonomi berpengaruh signifikan pada peningkatan kinerja bisnis.

Penyumbang utama sebuah inovasi dalam organisasi bisnis adalah pekerja yang mempunyai perilaku inovatif dalam bekerja. Memberikan kepercayaan dan otoritas kepada karyawan untuk mengambil tindakan yang bersifat aksidental merupakan langkah yang bisa berguna untuk organisasi bisnis pada saat terjadi urgensi pengambilan keputusan. Studi tentang kepemimpinan yang mendelegasikan kewenangan kepada bawahan untuk mengambil tindakan secara mandiri berdampak pada pertumbuhan bisnis yang agresif. Pentingnya kinerja individu dalam menjalankan pekerjaan mendukung karakteristik pekerjaan yang efektif yang mana ketika pekerja berada pada kondisi yang sulit. Dapat disimpulkan bahwa otonomi mempengaruhi perilaku kerja kontradiktif yang akan mempengaruhi kinerja tugas dan kinerja konseptual.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan terhadap semua dimensi *entrepreneurial orientation*, semua hipotesis penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian menunjukkan pengaruh yang signifikan pada variabel inovasi, pengambilan risiko, proaktif, keagresifan bersaing, dan otonomi. Dapat diartikan semua dimensi dari *entrepreneurial orientation* berkontribusi untuk meningkatkan kinerja bisnis. Kondisi ini perlu diperhatikan oleh pelaku usaha karena pelaku usaha harus terus melakukan inovasi terhadap perkembangan bisnis yang ada, ini menjadi suatu keharuan karena dengan hadirnya teknologi informasi model bisnis berubah sangat cepat. Butuh pengambilan risiko yang tinggi dan proaktif dalam melakukan tindakan karena masifnya perubahan lingkungan bisnis. Pelaku usaha dipandang penting untuk memberikan wewenang dan tanggung jawab secara penuh untuk mengambil tindakan.

Penelitian ini telah dilakukan dengan proses dan kaidah ilmu pengetahuan. Penelitian ini berdasarkan hasil tanggapan atas kuesioner yang telah disebar menggunakan media google form. Implikasi penelitian ini tidak bisa dikatakan sepenuhnya akurat karena keterbatasan proses dan waktu penelitian. Hasil penelitian juga akan bisa mendapatkan hasil yang berbeda ketika dilakukan pada pelaku UMKM di tempat yang berbeda. Pada penelitian ini muslimah pelaku usaha menjadi penting untuk mempunyai wewenang penuh dalam mengambil risiko dengan memperhitungkan ide-ide baru. Muslimah pelaku usaha harus lebih berani melakukan tindakan secara mandiri dan memiliki kebebasan dalam bekerja. Pelaku UMKM harus tumbuh menjaga hubungan yang baik antar UMKM di daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, R. R., Streimikiene, D. and Zheng, X. (2021) 'The Impact of Proactive Environmental Strategy on Competitive and Sustainable Development of Organizations', *Journal of Competitiveness*, 13(4), pp. 5–24. doi: 10.7441/joc.2021.04.01.
- Amirul, S. R. et al. (2021) 'The Effectiveness of Flexible Working Arrangement: Hybridisation of Human Resource Management and Management Accounting', *Jurnal Pengurusan*, 62, pp. 101–117. doi: 10.17576/pengurusan-2021-62-09.



- Astuti, R. D., Afiff, A. Z. and Balqiah, T. E. (2017) 'Which SMEs has the best marketing performance?', *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE, 2017-Sept(2000)*, pp. 68–77.
- Baranik, L. E., Gorman, B. and Wales, W. J. (2018) 'What Makes Muslim Women Entrepreneurs Successful? A Field Study Examining Religiosity and Social Capital in Tunisia', *Sex Roles*, 78(3-4), pp. 208–219. doi: 10.1007/s11199-017-0790-7.
- Bilal, M. *et al.* (2021) 'Entrepreneurial leadership and employees' proactive behaviour: Fortifying self determination theory', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3). doi: 10.3390/joitmc7030176.
- Civelek, M. (2021) 'The Mediating Role of SMEs' Performance in the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Access to Finance', *BAR - Brazilian Administration Review*, 18(4). doi: 10.1590/1807-7692BAR2021210045.
- Crovini, C., Santoro, G. and Ossola, G. (2020) 'Rethinking risk management in entrepreneurial SMEs: towards the integration with the decision-making process', *Management Decision*, 59(5), pp. 1085–1113. doi: 10.1108/MD-10-2019-1402.
- Dey, T. C. and Banerjee, S. (2021) 'Impact of Consortium in Social Media on Businesses of Women Entrepreneurs During Covid 19 Lockdown: A Comparative Study in State of West Bengal', *Parikalpana: KIIT Journal of Management*, 17(1), p. 191. doi: 10.23862/kiit-parikalpana/2021/v17/i1/209029.
- Duru, I., Ehidihamhen, P. and Chijioke, A. (2018) 'Role of Entrepreneurial Orientation in the Performance of Small and Medium Enterprises: Evidence from Federal Capital Territory, Abuja, Nigeria', *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 6(1), pp. 1–21. doi: 10.9734/ajeba/2018/39748.
- Fahad et al (2021) 'Entrepreneurial leadership and organisational performance of SMEs in kuwait: The intermediate mechanisms of innovation management and learning orientation', *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*.
- Ferdinand, A. (2014) *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- Fitri Yunus, A., Sidik, S. and Kamaruddin, K. (2019) 'The Concept of Spiritual Education in Surah Ibrahim Verses 35-41 According to Muhammad Quraish Shihab', *International Journal of Contemporary Islamic Education*, 1(1), pp. 20–47. doi: 10.24239/ijcied.vol1.iss1.3.
- Garzoni, A. I. De Turi, G. Secundo, and P. D. V. (2020) *Fostering digital transformation of SMEs: a four levels approach*, *Manag. Decis.*
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (VIII)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haffar, M. et al. (2022) 'Hegemony of network capabilities, frugal innovation and innovation strategies: The innovation performance perspective', *Sustainability (Switzerland)*, 14(1), pp. 1–13. doi: 10.3390/su14010002.
- Hair, et al (2017) *A primer on partial Least squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 2th Edition*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE.
- Hartopo, M. (2022) *Rangkul Pelaku UMKM Kudus*. Available at: <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/rangkul-pelaku-umkm-kudus/>.
- Jamai, K. et al. (2021) 'Impact of Innovation Type on Financial and Non-financial Performance of SMES. A Scoping Review', *Journal of Innovation Management*, 9(3), pp. 27–57. doi: 10.24840/2183-0606_009.003_0003.
- Joesyiana, D. (2017) 'Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur)', *Jurnal Valuta*, 3(1), pp. 159–172.
- Kaya, M. and DİNÇ Elmali, E. (2021) 'İŞ KARAKTERİSTİKLERİNİN Bireysel İş Performans Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Sağlık Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma', *Journal of Life Economics*, pp. 121–131. doi: 10.15637/jlecon.8.1.12.
- Knight, G. (2000) 'Entrepreneurship and Marketing Strategy: the SME Under Globalization', *Journal of International Marketing*, 8(2).



- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G. (1996) 'Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance', *Academy of Management Review*, 21(1), pp. 135–172. doi: 10.5465/AMR.1996.9602161568.
- Masduki, T. (2021) *Menteri Teten: Jumlah kewirausahaan Perlu Ditingkatkan KemenkopUKM*. Available at: <https://kemenkopukm.go.id/read/menteri-teten-jumlah-kewirausahaan-perempuan-perlu-ditingkatkan>.
- Miller, D. (1983) *The correlates of entrepreneurship in three types of firms*, *Management Science*.
- NadratunNafisah Abdul Wahab, Et.al (2021) 'The Impact of Entrepreneurial Orientation Success Factors to Muslim SMESuccess', *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), pp. 2821–2832. doi: 10.17762/turcomat.v12i3.1313.
- Noor Hazlina, A., Wilson, C., & Kummerow, L. (2011) 'Assessing the dimensionality of business success: The perspectives of Malaysian SME owner-managers', *Journal of Asia-Pacific Business*, 12(3).
- Ponta, L., Puliga, G. and Manzini, R. (2021) 'A measure of innovation performance: the Innovation Patent Index', *Management Decision*, 59(13), pp. 73–98. doi: 10.1108/MD-05-2020-0545.
- RaedHanandeh, D., Hanandeh, D. A. and ... (2021) 'The Effect of Entrepreneurial Orientation Dimensions on E-Marketing Capability toward Social Media Application: A Case Study on YouTube Live Stream', *Turkish Journal of ...*, 12(6), pp. 4388–4403. Available at:
- Schumpeter, J. . (2017) *Essays: On entrepreneurs, innovations, business cycles and the evolution of capitalism*. Routledge.
- Sekaran, U. (2011) *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tong, Z. and Yang, S. (2021) 'The Research of Agricultural SMEs Credit Risk Assessment Based on the Supply Chain Finance', *E3S Web of Conferences*, 275. doi: 10.1051/e3sconf/202127501061.

Zulkifli, R. M. and Rosli, M. M. (2013) 'Entrepreneurial Orientation and Business Success of Malay Entrepreneurs: Religiosity as Moderator', *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(10), pp. 264–275.

