

Pengaruh Karakteristik Pengusaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Pada Kalangan Generasi Z

Syaiful Bahri^{1)*}, Mutia Arda²⁾

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Indonesia

Jl. Kapten Mukhtar Basri NO. 3 Medan 20221

korespondensi : syaifulbahri@umsu.ac.id, mutiaarda@umsu.ac.id

Abstrak. Pada masa sekarang ini pengembangan usaha kecil banyak dijalankan oleh kaum muda, tidak terkecuali para generasi z. Para generasi z ini menjalankan usahanya secara online dan offline. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak karakteristik pengusaha pada keberhasilan usaha kecil di kalangan generasi z khususnya para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Populasi adalah 30 mahasiswa UMSU yang menjadi tenant Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis (PUSKIIBI) serta telah mengikuti Tokopedia Class. Sampel dalam penelitian ini adalah sampel sensus. Data dikumpulkan dengan kuesioner melalui google form. Teknik analisis yang digunakan regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan karakteristik pengusaha pada keberhasilan usaha kecil mahasiswa UMSU. Studi ini merekomendasikan untuk melakukan studi serupa pada industri lain pada skala yang lebih besar di kota dan negara lain.

Kata kunci: Karakteristik Pengusaha, Keberhasilan Usaha, Generasi Z

Abstract. At the present time the development of small businesses is mostly run by young people, including the z generation. These z generations run their businesses online and offline. This study aims to investigate the impact of the characteristics of entrepreneurs on the success of small businesses among the z generation, especially students of the University of Muhammadiyah North Sumatra (UMSU). The population of this research is 30 UMSU students who are tenants of the Center for Entrepreneurship, Innovation and Business Incubator (PUSKIIBI) and have participated in Tokopedia Class. The sample in this study is a census sample. Data collected by questionnaire through Google form. The analysis technique used is simple linear regression to test hypotheses. The results showed that there was a significant influence on the characteristics of entrepreneurs on the success of UMSU students' small businesses. This study recommends conducting similar studies in other industries on a larger scale in other cities and countries.

SNK © 2019
Published by UMSU
Press. This is an open
access article under the
CC BY-NC-ND
license
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Keywords: Characteristics of Entrepreneurs, Business Success, Generation Z

PENDAHULUAN

Kegiatan wirausaha mahasiswa memang kian menggeliat, terlebih lagi setelah pemerintah memberikan sokongan dana melalui berbagai macam program yang memberikan dukungan modal dan pendampingan bisnis bagi proposal usaha terpilih milik mahasiswa. Pada saat yang sama, pendidikan kewirausahaan pun makin digalakkan dalam kurikulum perguruan tinggi. Dalam

meningkatkan praktik kewirausahaan di kalangan mahasiswa pada masa generasi z ini, PUSKIIBI (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis) membantu memfasilitasi mahasiswa generasi z yang ada di UMSU (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara) untuk bergabung menjadi tenant inkubator. Tenant ini akan didampingi mulai dari pembuatan proposal usaha hingga adanya keberhasilan bisnis tersebut dengan masa inkubasi maksimal 3 tahun. Pergeseran konsumsi masyarakat Indonesia dari belanja *off-line* menuju belanja *on-line* mendorong kalangan generasi z untuk berbisnis secara *off-line* dan *on-line* (Arda, 2019: 434). Keberhasilan usaha menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Keberhasilan usaha diidentikan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan Jumlah karyawan, peningkatan omzet penjualan dan lain-lain (Bienayme dalam Novari, 2002: 40).

Dalam Trott (2005: 13) membedakan antara kewirausahaan sebagai manajemen inovasi dan pengusaha perorangan sebagai memulai bisnis kecil dan menumbuhkan mereka menjadi bisnis besar dan sukses. Penelitian kewirausahaan memiliki signifikansi akademis dan praktis (Cheng et al., 2009: 646); itu adalah proses yang membutuhkan studi penelitian lebih lanjut dan berkelanjutan (Okhomina, 2010: 2). Peneliti kewirausahaan tertarik pada hubungan antara sumber daya manusia dan kesuksesan (Unger et al., 2011: 341). Eriksson dan Li (2012: 1) menemukan karakteristik kewirausahaan dapat memiliki efek positif yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis usaha kecil dan menengah. Singh et al. (2013: 229) menyebutkan keberhasilan atau kegagalan usaha kecil dan menengah sebagian tentang bagaimana pengusaha berpikir. Tanveer et al. (2013: 450) mendefinisikan dimensi pengukuran kinerja sebagai: pertumbuhan, laba, ukuran, likuiditas, keberhasilan atau kegagalan lainnya. Penelitian ini mempertimbangkan pertumbuhan penjualan (*sales growth*), laba kotor (*gross profit*), pertumbuhan modal (*capital growth*) dan ekspansi kerja (*work expansion*) sebagai indikator keberhasilan.

Karakteristik wirausaha dipelajari secara luas, dengan hasil beragam pada dampaknya pada hasil usaha kecil (Bouazza et al. 2015: 104). Karakteristik wirausaha adalah ciri-ciri pribadi dan keterampilan yang merupakan kompetensi wirausahawan yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan. Dalam studi ini, peneliti akan memanfaatkan karakteristik pengusaha yang telah digunakan oleh banyak peneliti seperti yang akan ditampilkan di bawah ini.

Kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*), dalam Driessen dan Zwart (2007: 8) menyatakan karakteristik wirausahawan mencakup kebutuhan untuk berprestasi. Smith (2013: 29) mengklaim pencapaian kebutuhan adalah salah satu ciri psikologis wirausaha, dan ia mendefinisikan kebutuhan akan prestasi sebagai keinginan untuk memenuhi standar internal pencapaian. Sajilan et al. (2015: 40) mendefinisikan kebutuhan akan prestasi sebagai orang yang ingin menjadi orang yang berprestasi dan ingin memiliki keinginan kuat untuk sukses.

Kepercayaan diri (*self-confidence*) dalam Othman et al. (2006: 59-61) menjelaskan karakteristik psikologis utama kepribadian wirausaha termasuk kepercayaan diri. Bondima et al. (2013: 102) menyatakan salah satu karakteristik dan faktor demografi yang mempengaruhi kecenderungan kewirausahaan adalah rasa percaya diri. Javan (2014: 22) menyatakan kewirausahaan terdiri dari enam dimensi, salah satunya adalah kepercayaan diri. Peneliti percaya bahwa kepercayaan diri didefinisikan sebagai pengusaha yang percaya pada dirinya sendiri, dan ke level mana ia percaya bahwa ia dapat memimpin bisnisnya menuju kesuksesan.

Inisiatif (*initiativeness*) dalam Lumpkin dan Dess (2001: 431) sebagai perspektif yang mencari peluang dan berwawasan ke depan yang melibatkan memperkenalkan produk atau layanan baru di

depan persaingan dan bertindak sebagai antisipasi terhadap permintaan di masa depan untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan. Al-Dhaafri et al. (2013: 74) mendefinisikan inisiatif sebagai kesediaan organisasi dan kemampuan mereka untuk mengharapkan perkembangan baru. Peneliti mendefinisikan inisiatif sebagai kemampuan wirausahawan untuk mulai memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat, yang menambah nilai pada dirinya sendiri, organisasinya dan masyarakat.

Vanesaar et al. (2008: 454) mempelajari karakteristik pengusaha termasuk kemandirian (*independency*). Jaafar et al. (2010: 57-58) mengatakan salah satu karakteristik pengusaha adalah kemandirian. Liang dan Dunn (2011: 111) menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha termasuk independen. Rani dan Tih (2013: 5) mendefinisikan Independensi; kemandirian adalah keinginan untuk memegang kendali.

Scarlat et al (2011: 92) menyatakan salah satu karakteristik pengusaha sukses adalah pengambilan risiko (*risk taking propensity*). Rani dan Tih (2013: 5) kecenderungan pengambilan risiko diidentifikasi sebagai salah satu karakteristik penting yang merujuk pada kualitas wirausaha. Javan (2014: 22) menyatakan pengambilan risiko adalah salah satu dari enam dimensi kewirausahaan. Studi ini mendefinisikan kecenderungan pengambilan risiko sebagai kecenderungan wirausahawan terhadap pengambilan keputusan di lingkungan yang penuh gejolak dengan informasi minimal dan hasil yang tidak jelas.

Pada saat yang sama Scarlet et al. (2011: 92) menyatakan karakteristik pengusaha sukses meliputi pengetahuan dan pengalaman bisnis. Javan (2014: 22) menyatakan ciri-ciri kepribadian adalah lima model besar yang terdiri dari ekstrover, kesesuaian, kesadaran, kesadaran emosional, dan keterbukaan terhadap pengalaman. Onsongo dan Muturi (2015: 6) mengatakan pengalaman (*experience*) memberikan pengetahuan dan kemampuan wirausaha yang dapat membantu dalam mengembangkan strategi yang lebih sukses yang mengarah pada tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi. Peneliti mendefinisikan pengalaman sebagai pengetahuan yang berkembang selama bertahun-tahun tentang bisnis, pemecahan masalah dan pengambilan keputusan, pengalaman mencerminkan pengetahuan dan keterampilan yang diperolehnya selama bertahun-tahun. Penelitian ini memfokuskan karakteristik pengusaha berikut sebagai karakteristik paling penting untuk dipelajari yang terdiri dari kebutuhan akan prestasi (*need for achievement*), percaya diri (*self confidence*), inisiatif (*initiativeness*), kemandirian (*indenpendency*), kecenderungan mengambil risiko (*risk taking propensity*) dan pengalaman (*experience*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dampak karakteristik pengusaha pada keberhasilan bisnis kecil pada kalangan generasi z. Berdasarkan ulasan pada studi literatur, maka hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara karakteristik pengusaha pada keberhasilan bisnis kecil pada kalangan generasi z. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis karakteristik-karakteristik pengusaha yang menjadi pendorong keberhasilan bisnis kecil pada kalangan generasi z.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah 30 mahasiswa UMSU yang menjadi tenant Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis (PUSKIIBI) serta telah mengikuti Tokopedia Class. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi dijadikan sampel, disebut juga sampel sensus. Data dikumpulkan dengan kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis yang digunakan regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis.

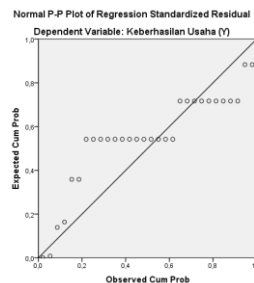
HASIL

Berdasarkan demografi responden diketahui sebagian besar responden adalah mahasiswa laki-laki dengan persentase 60%. Responden yang bergerak dalam bidang kuliner sebesar 40%, dan sebesar 26,6% bergerak dalam bidang fashion. Masa inkubasi tenant yang masih kurang dari satu tahun sebanyak 66,6% dan sisanya sudah lebih dari satu tahun.

Pengolahan statistik inferensial dibagi menjadi dua tahap dalam penelitian ini yaitu : uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas) dan uji regresi linier sederhana (uji parsial, uji simultan, koefisien determinasi).

Uji Asumsi Klasik

Dilihat pada **Gambar 1** bahwa data terdistribusi merata di sepanjang garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa data yang dipergunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Uji Normalitas (data diolah, 2019)

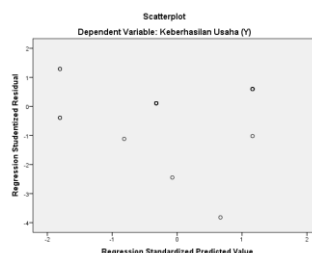
Berdasarkan **Tabel 2** dibawah diketahui nilai VIF untuk variabel bebas adalah karakteristik pengusaha lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$), sedangkan nilai tolerance-nya mendekati 1. Dengan demikian persamaan regresi terbebas dari asumsi multikolinieritas.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1 (Constant)		
Karakteristik pengusaha	1,000	1,000

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Berdasarkan **Gambar 2** memperlihatkan bahwa sebagian besar titik menyebar diseperti titik nol sumbu Y. Hal ini berarti bahwa persamaan regresi terbebas dari asumsi heterokedastisitas dan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah bersumber dari data yang terdistribusi normal.



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas (data diolah, 2019)

Uji Regresi Sederhana

Hasil uji parsial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1,136	,757	1,501	,145
	Karakteristik pengusaha	,616	,030	20,854	,000

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Variabel karakteristik pengusaha (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil di kalangan generasi z, dimana nilai koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$, $20,854 > 1,661$ pada signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien beta sebesar 0,616 disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

Berikut ini disajikan hasil pengujian simultan penelitian sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180,261	1	180,261	434,898	,000 ^b
	Residual	11,606	28	,414		
	Total	191,867	29			

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Pada **Tabel 4** diperoleh nilai koefisien $F_{hitung} = 434,898$ pada signifikan 0,000. Sedangkan jumlah sampel penelitian sebanyak $n = 30$ dimana $df(1) = k - 1 = 2 - 1 = 1$ dan $df(2) = n - k = 30 - 2 = 28$ diperoleh nilai koefisien $F_{tabel} = 2,47$ pada signifikan 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karakteristik pengusaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil di kalangan generasi z. Nilai koefisien $F_{hitung} > F_{tabel}$, $434,898 > 2,47$ pada signifikan $0,000 < 0,05$.

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Berikut ini disajikan hasil uji determinasi sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,969 ^a	,940	,937	,644

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Nilai koefisien *adjusted R square* (R^2) sebesar 0,937 ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kecil di kalangan generasi z mampu dijelaskan oleh variabel karakteristik pengusaha sebesar 93,7% , sedangkan sisanya sebesar 6,3% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar lingkup penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil statistik deskriptif karakteristik pengusaha diketahui inisiatif (*initiativeness*) memiliki nilai *mean* tertinggi dibandingkan indikator lainnya. Faktor utama kesuksesan *entrepreneur* adalah inisiatif pribadi (*personal initiative*). *Entrepreneur* dengan inisiatif pribadi yang tinggi akan dapat mengembangkan manajemen, meningkatkan ketrampilan operasi usaha dan memiliki sikap (*attitude*) yang selalu belajar dan berkembang. Lounsbury (2001) mengemukakan bahwa sesungguhnya perhatian utama *entrepreneurship* adalah bagaimana kesempatan (*opportunities*) untuk menghasilkan barang dan jasa dimasa mendatang dapat ditemukan, diciptakan dan dieksploitasi, oleh siapa dan dengan konsekuensi apa. Ireland *et al* (2003) menjelaskan bahwa beberapa ahli menganggap atau melihat *entrepreneurship* terkait kebaruan (*newness and novelty*) dalam bentuk produk baru, proses baru, serta pasar yang baru sebagai penggerak utama proses penciptaan kemakmuran (*wealth creation*). Oleh karena itu, Inisiatif (*initiativeness*) merupakan karakteristik yang penting yang harus dimiliki pengusaha agar usahanya berhasil. Dalam Lumpkin dan Dess (2001: 431) inisiatif sebagai perspektif yang mencari peluang dan berwawasan ke depan yang melibatkan memperkenalkan produk atau layanan baru di depan persaingan dan bertindak sebagai antisipasi terhadap permintaan di masa depan untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan. Al-Dhaafri *et al.* (2013: 74) mendefinisikan inisiatif sebagai kesediaan organisasi dan kemampuan mereka untuk mengharapkan perkembangan baru. Dengan adanya karakteristik inisiatif dari pengusaha, hal ini dapat mendorong wirausahawan untuk mulai memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat, yang menambah nilai pada dirinya sendiri, organisasinya dan masyarakat.

Berdasarkan statistik inferensial diketahui karakteristik pengusaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil di kalangan generasi z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat karakteristik yang dimiliki pengusaha maka tingkat keberhasilan usaha kecil akan semakin tinggi. Untuk meningkatkan karakteristik pengusaha di kalangan generasi z ini, selain menyusun kurikulum kewirausahaan, pihak universitas sebaiknya meningkatkan sdm dosen, Membentuk *Entrepreneurship Center* (baik institusi kampus ataupun berupa organisasi kemahasiswaan), kerjasama dengan dunia usaha, membentuk unit usaha, kerjasama dengan institusi perbankan, dan *Entrepreneurship Award* sebagai pemicu semangat kewirausahaan dari mahasiswa adalah dilaksanakannya secara rutin perlombaan/kejuaraan kewirausahaan.

SIMPULAN

Hasil menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha memiliki pengaruh positif pada keberhasilan bisnis kecil kalangan generasi z, khususnya mahasiswa UMSU. Adapun indikator keberhasilan bisnis kecil terdiri dari pertumbuhan penjualan (*sales growth*), laba kotor (*gross profit*), pertumbuhan modal (*capital growth*) dan ekspansi kerja (*work expansion*) dalam Tanveer *et al.* (2013: 450). Karakteristik pengusaha yang diteliti dalam penelitian ini adalah kebutuhan akan prestasi (*need for achievement*), percaya diri (*self confidence*), inisiatif (*initiativeness*), kemandirian (*indenpendency*), kecenderungan mengambil risiko (*risk taking propensity*) dan pengalaman (*experience*). Hasil penelitian ini sejalan dan didukung oleh sebagian besar studi sebelumnya, seperti: Baum dan Locke (2004), Adegbite *et al.* (2006), Sola (2013), Gupta dan Muita (2013), Sarwoko *et al.* (2013).

Studi ini terbatas pada bisnis kecil di kalangan mahasiswa UMSU. Mengingat keterbatasan penelitian dan hasil, peneliti berharap untuk melakukan studi lebih lanjut untuk memasukkan bisnis

menengah dan besar. Selain itu pengujian lebih lanjut dapat mempertimbangkan kelompok peserta yang terdiri dari berbagai industri. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menginvestigasi lebih banyak karakteristik wirausaha dalam penelitian di masa depan untuk memasukkan lebih banyak karakteristik wirausaha, keterampilan, kompetensi, dan sifat wirausaha.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan karakteristik pengusaha pada keberhasilan usaha kecil mahasiswa UMSU. Studi ini merekomendasikan untuk melakukan studi serupa pada industri lain pada skala yang lebih besar di kota dan negara lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dan Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis (PUSKIIBI).

REFERENSI

- Arda, M. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 434-440.
- Al-Dhaafri, H. S., Yusoff, R. Z., and Al-Swidi, A. K. (2013). The Effect of Total Quality Management, Enterprise Resource Planning and the Entrepreneurial Orientation on the Organizational Performance: The Mediating Role of the Organizational Excellence---A Proposed Research Framework. *International Journal of Business Administration*, 4(1):66-85.
- Bondima, C.E., Rankhumise, E., and Jan Grundling (2013). Co-Effect of Culture and Personality Traits on Business Success of South African Entrepreneurs. Global Business and Technology Association. *Readings Book*, 102:111.
- Bouazza, A.B., Ardjouman, D., and Abada, O. (2015). Establishing the Factors Affecting the Growth of Small and Medium-sized Enterprises in Algeria. *American International Journal of Social Science*, 4(2):101- 115.
- Cheng, Z.H., Tian, B.F., and Lu, L. (2009). An Investigation into the Effect that Personal Traits of Entrepreneurs have on the Identification of Entrepreneurial Opportunity. In *Enterprise Grows in Sustaining Efficiency and Effectiveness, Conference Proceedings*, 646-653.
- Driessen, M.P., and Zwart, P.S. (2007). The Entrepreneur Scan Measuring Characteristics and Traits of Entrepreneurs. [www.necarbo.eu/files/E-scan% 20MAB% 20](http://www.necarbo.eu/files/E-scan%20MAB%20).
- Eriksson, J., and Li, M. (2012). Success Factors of Entrepreneurial Small and Medium Sized Enterprises in the Gnosjo Municipality. *Master's Thesis*, School of Sustainable Development of Society and Technology, Malardalen University Sweden.
- Ireland, R. Duane , Michael A. Hitt and David G. Sirmon (2003), A Model of Strategic Entrepreneurship, *Journal of Management*, 29:963.
- Jaafar, M., Maideen, A., and Sukarno, Z. M. (2010). Entrepreneurs' characteristics of Small and Medium Hotel Owner-Managers. *World Applied Sciences Journal*, 10:54-62.
- Javan, R. S. (2014). The Relationship between Personality Traits and Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 2(1):22-33.

- Liang, C. L and Dunn, P. (2011). Satisfaction or Business Savvy—Examining the outcome of new Venture Creation with Respect to Entrepreneurs’ characteristics, Expectation, Optimism, Realism, and Pessimism. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 17(2):97-116.
- Lounsbury, Michael and Mary Ann Glynn (2001), Cultural Entrepreneurship : Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources, *Strategic Management Journal*, 22 : 545-564.
- Lumpkin, G. T., and Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16:429-451.
- Novari. (2002). Hubungan Latar Belakang Profesional Pengusaha dengan Keberhasilan Usaha Industri Kecil Pengrajin Boneka di Daerah Sukamulya Kecamatan Sukajadi Kota Bandung. *Skripsi*. FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), Bandung.
- Okhomina, D. (2010). Entrepreneurial Orientation and Psychological Traits: the Moderating Influence of Supportive Environment. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3:1-16.
- Onsongo, S. K., Muturi, W. (2015). Factors Influencing the Growth of Hair Salon Enterprises in Kenya: A Survey of Hair Salon Enterprises in Kisii Town. *IOSR Journal of Business and Management*, 17 (3):1-15.
- Othman, M.N., Ghazali, E., and Sung, Y.S. (2006). Graduate Versus Non-Graduate Entrepreneurs in Urban Malaysia: Some Insights into Entrepreneurial Personality, Company and Family Background Differences. *Journal for international business and entrepreneurship development*, 3(1):57-76.
- Trott, P. (2005). *Innovation Management and New Product Development*. Pearson Education Limited, Harlow, England.
- Rani, S.H., and Tih, S. (2013). Entrepreneurial Quality among Graduate Entrepreneurs. *Proceedings of 8th Asian Business Research Conference*, 1 - 2 April, Bangkok, Thailand,
- Sajilan, S., Hadi, N. U., and Tehseen, S. (2015). Impact of Entrepreneur’s Demographic Characteristics and Personal Characteristics on Firm’s Performance under the Mediating Role of Entrepreneur Orientation. *Review of integrative Business and Economics Research*, 2:36-52.
- Scarlat, C., Rozell, E.J., and Scroggins, W.A. (2011). Characteristics of the Romanian Entrepreneurial Prototype. *Revista de Management Comparat International/Review of International Comparative Management*, 12(1):84-96.
- Singh, S., Pathak, R.D., Shee, H., Kazmi, A., and Parker, D. (2013). Interplay between Entrepreneurs’ characteristics, Organisational Structure, Corporate Culture and SME Performance: Empirical Results from Fiji Islands. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 18(2):229-246.
- Smith, D.P. (2013). *Characteristics of Innovative Entrepreneurs: An Analysis at the Level of the Individual, the Firm, and the Business Environment*. New Visions for Public Affairs, 5:25-39.
- Tanveer, M. A., Akbar, A., Gill, H., and Ahmed, I. (2013). Role of Personal Level Determinants in Entrepreneurial Firm’s Success. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(1):449-458.
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., and Rosenbusch, N. (2011). Human Capital and Entrepreneurial Success: A Meta-Analytical Review. *Journal of Business Venturing*, 26(3):341-358.

Vanesaar, V., Liiv, S., Liiv, I., and Pihlak, M. (2008). Entrepreneurial Competence and the Personal Traits of an Entrepreneur: Analysis on the Basis of Students' Selfevaluation. *Proceedings of the 5th International Scientific Conference 'Business and Management'* : 454-460.