

**JURNAL ILMU MANAJEMEN**Published every June and December
e-ISSN: 2623-2081, p-ISSN: 2089-8177Journal homepage: http://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen

Kemampuan Pengusaha Dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan dan Konsep Penjualan Di Masa New Normal

Choirul Anam^{a*}, Survival^b, Hanif Rani Iswari^c^{a,b,c}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang* Corresponding author e-mail: anam@widyagama.ac.id**ARTICLE INFO**DOI: [10.32502/jimn.v10i2.2889](https://doi.org/10.32502/jimn.v10i2.2889)**Article history:**

Received:

1 Januari 2021

Accepted:

25 Maret 2021

Available online:

15 Juni 2021

ABSTRACT

This paper aims to be able to build a construct based on empirical studies, so that it will become the basis for making policies and programs in order to maintain and develop business ventures in the new normal era. This paper uses a qualitative approach with a constructivist paradigm. The research design used is grounded theory. Research setting in Capture Chicken Malang Geprek. The intended informants are the owners and customers of Malang Geprek Caught Chicken. Data analysis using open coding, axial coding, and selection coding. Data validity uses data credibility. The research findings show that an entrepreneur can develop and maintain a business if he has the passion and ability, besides that there is an entrepreneurial orientation: risk-taking, pro-active, and innovation in the sale of goods so as to improve business performance. The need for emphasis on sales such as goods, prices, services, places of sale, systems and sales techniques.

Keyword:Penelitian Kualitatif,
Konstruktivism, Grounded
Theory**A B S T R A K**

Makalah ini bertujuan untuk dapat membangun konstruk berdasarkan kajian empiris, sehingga akan menjadi dasar untuk membuat kebijakan dan program guna mempertahankan dan mengembangkan usaha bisnis di masa new normal. Makalah ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivism. Desain penelitian yang digunakan adalah grounded theory. Setting penelitian di Ayam Tangkap Malang Geprek. Informan yang dituju adalah pemilik dan pelanggan Ayam Tangkap Malang Geprek. Analisis data menggunakan open coding, axial coding, dan selection coding. Keabsahan data menggunakan kredibilitas data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa seorang pengusaha dapat mengembangkan dan mempertahankan bisnis jika memiliki passion dan kemampuan, selain itu terdapat orientasi kewirausahaan: risk-taking, pro-aktif, dan inovasi dalam penjualan barang sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha. Perlunya penekanan pada penjualannya seperti barang, Harga, Pelayanan, Tempat penjualan, Sistem dan teknik penjualan.

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Pendahuluan

Saat ini, adalah era New Normal pasca insiden Pandemi Covid 19 yang mengharuskan masyarakat dunia harus mematuhi protokol kesehatan maupun dalam dunia usaha. Usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman harus mematuhi protokol kesehatan dalam berbisnis guna dapat mempertahankan dan mengembangkan Usaha saat diberlakukan new normal. Hal ini harus diperhitungkan oleh pelaku-pelaku bisnis. Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual secara individu maupun kelompok untuk memproduksi dan menjual barang, guna memenuhi kebutuhan pelanggan untuk memperoleh laba dalam jangka waktu tertentu (Lerner, 1986). Tujuannya adalah menjual barang agar laku dijual dan memperoleh keuntungan (Helmy, 2016). Salah satu untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan bisnis adalah dengan mengetahui konsep penjualan dan orientasi kewirausahaannya.

Penelitian ini, meneliti sebuah fenomena bisnis yang bergerak di bidang kuliner di Kota Malang. Sehingga informan yang dituju adalah pemilik usaha Ayam Tangkap Malang Geprek (ATM Geprek) yang telah berdiri sejak 2018. Awal berdirinya usaha ini terletak di Jalan Sudimoro No 21 Malang sampai pada tahun 2019-an, usaha tersebut melebarkan sayapnya membuka cabang baru yang terletak di salah satu Kampus Ternama di Kota Malang dengan mendirikan dua cabang, dengan harapan mendapat omset yang tinggi.

Sebelum pandemi, jika ditinjau dari segmentasi pasar dalam mendirikan sebuah usaha ATM Geprek di lingkungan kampus dan umum sangatlah berbeda. Hal ini telah dirasakan oleh pemilik usaha tersebut. Pada lingkungan kampus terlihat bahwa segmentasi pasarnya adalah kalangan mahasiswa dari jenjang S1 sampai S3, dan harus mengetahui periode penjualan. Saat awal-awal semester banyak mahasiswa yang selalu berkunjung di kedai ATM Geprek

tersebut, sehingga omset yang diharapkan dapat terpenuhi, disaat pertengahan dan akhir semester terjadinya kenaikan dan penurunan dikarenakan adanya ujian semester, di samping itu, bila ada peralihan semester banyak mahasiswa yang mudik sehingga omsetnya bisa turun. Berbeda dengan mendirikan sebuah usaha di tempat umum segmentasi pasar dapat dijangkau semua.

Saat terjadinya pandemi, usaha tersebut sempat lockdown dan saat diberlakukan new normal usaha tersebut mengalami stagnan dari hasil omsetnya. Selain itu, terjadinya turnover pada karyawannya, sehingga pemilik usaha tersebut harus membuka lowongan. Hal inilah yang harus dipertimbangkan pemilik usaha guna mempertahankan dan mengembangkan usaha bisnis.

Penjualan adalah salah satu bagian penting dari kegiatan bisnis suatu perusahaan, untuk memenuhi kebutuhan tentang suatu barang. Hal tersebut, berkaitan dengan transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dengan pembayaran yang sah serta menghasilkan laba. Tujuannya adalah untuk mencari pelanggan agar dapat terjadinya transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Terjadinya transaksi penjualan adalah kesepakatan tentang barang, harga, dan pelayanan yang ditunjang oleh tempat penjualan, serta sistem dan teknik penjualan, antara penjualan dengan pembeli yang dilakukan di pasar (Helmy, 2016). *Salesmanship* atau biasa disebut ilmu menjual, kemampuan seseorang untuk menjual sesuatu. *Salesmanship* merupakan gabungan antara kemampuan, kompetensi, pengalaman, usaha dan seni (Riwidya, 2018; Sopiah & Sangadji, 2016). Konsep dasar salesmanship untuk keberhasilan proses penjualan terdiri dari empat konsep yaitu: *Selling is a process*, *Selling is a number games*, *Selling is all about having good interpersonal communication and relationship*, dan *Selling is all about discipline* (Kotler dan Armstrong, 2012). Sedangkan keterampilan berjualan mengukur

kemahiran seorang wiraniaga dalam melakukan tugas-tugas utama, mencari pelanggan dan memenuhi syarat pelanggan, prospek, membuat presentasi yang efektif dan menutup penjualan (Singh et al., 2018).

Kewirausahaan adalah kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan jalan mengorbankan waktu dan upaya yang diperlukan untuk menanggung resiko finansial, psikologikal serta sosial dan menerima hasil-hasil berupa imbalan moneter dan kepuasan pribadi sebagai dampak dari kegiatan tersebut (Hisrich, et al., 2017). Orientasi wirausahaan adalah perilaku keberhasilan suatu strategi yang didasari oleh kewirausahaan (Nandha, 2017). Dengan menghubungkan konsep penjualan dan orientasi kewirausahaan dengan kinerja bisnis, maka aspek yang paling dominan berdasarkan penelitian-penelitian yang membahas kewirausahaan yaitu *passion* (gairah), *risk taking* (berani mengambil resiko), *proactive*, dan *innovative*, aspek ini didukung juga dari hasil dari kajian empirik yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penulisan untuk penelitian ini. Berdasarkan pengertian diatas maka, masing masing aspek orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai berikut:

Penelitian (Nanda, 2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa untuk dapat mengembangkan usaha bisnis, terdapat dimensi yang harus dimiliki oleh pemilik usaha yaitu inovatif, proaktif, dan risk taking. Terutama dalam aspek keuangan, aspek sumberdaya manusia, dan aspek pemasaran. Penelitian (Andiningtyas dan Nugroho, 2014) menyebutkan bahwa strategi diferensiasi pasar mampu mengembangkan dan meningkatkan kinerja bisnis. Mustikowati dan Tysari (2014) membuktikan bahwa semakin kuat orientasi kewirausahaan, inovasi dan strategi bisnis, maka akan meningkatkan kinerja didalam perusahaan. Lantas, (Livano dan Herdinata, 2014) menuturkan bahwa berdasarkan refleksi dari mahasiswa yang menjalankan bisnis secara riil tentang karakter Passion dan Market Sensitivity.

Sedangkan, Anggraini (2013) mengungkap bahwa passion mampu mengembangkan kreatifitas dalam berwirausaha. Orientasi kewirausahaan dapat dibuktikan dengan adanya passion, risk taking, proaktive, innovation guna meningkatkan kinerja usaha (Nandha, 2017).

Berdasarkan penjelasan penelitian sebelumnya, diketahui bahwa orientasi kewirausahaan yang terdiri dari inovatif, proaktif, dan risk taking (Nanda, 2015) , serta muncul karena adanya kreatifitas (Anggraini, 2013) dan juga passion (Nandha, 2017; Septia, 2016) mampu meningkatkan kinerja usaha bisnis. Pada penelitian saat ini, mencoba orientasi kewirausahaan yang terdiri dari inovatif, proaktif, risk taking, kreatifitas, dan passion menggabungkan dengan konsep penjualan guna dapat mempertahankan dan mengembangkan bisnis saat diberlakukan new normal pada usaha Ayam Tangkap Malang Geprek.

Kajian Literatur

Konsep Penjualan

Salesmanship atau biasa disebut ilmu menjual, kemampuan seseorang untuk menjual sesuatu. Salesmanship merupakan gabungan antara kemampuan, kompetensi, pengalaman, usaha dan seni (Susbandono, 2016). Paul D. Converse & Mitchell dalam Alma (2007) menyampaikan pendapatnya mengenai salesmanship sebagai berikut: "*salesmanship is one of order and one of the most effective methods of creating and stimulating demand, finding buyer's and making sales*". Konsep dasar salesmanship untuk keberhasilan proses penjualan terdiri dari empat konsep yaitu: ***Selling is a process***. Penjualan membutuhkan suatu proses dari awal prospek hingga terjadi penjualan dan after sales maintenance; ***Selling is a number games***. Semakin banyak penjual melakukan prospek atau penawaran maka akan semakin banyak pula kesempatan untuk untuk melakukan penjualan; ***Selling is all about having good interpersonal communication and relationship***. Kemampuan berkomunikasi diperlukan untuk menjalin

hubungan yang baik antara penjual dan pembeli; dan *Selling is all about discipline*. Seorang sales perlu melakukan pekerjaannya dengan konsisten dan disiplin untuk meraih kesuksesan.

Orientasi Kewirausahaan

Di dalam kamus besar bahasa Indonesia orientasi diartikan sebagai pandangan yang mendasari pikiran, perhatian dan kecenderungan. *Passion* merupakan Kecenderungan yang kuat terhadap kegiatan yang disukai (dicintai) oleh individu, dimana mereka mengerti bahwa hal tersebut penting, dan mau menginvestasikan waktu serta energinya (Livano dan Herdinata, 2014). Risk-Taking adalah suatu tindakan seorang entrepreneur yang memiliki kesediaan atau kemauan untuk memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki untuk dapat menjalankan suatu pekerjaan walaupun tanpa adanya kepastian hasil yang akan didapat. (Kobia dan Sikalich, 2010). Proaktif adalah sebagai konstruksi disposisional yang mengidentifikasi perbedaan antara orang-orang dalam hal sejauh mana mereka mengambil tindakan didalam mempengaruhi lingkungan mereka (Nanda, 2015).

Metode Penelitian

Pendekatan dan Paradigma

Penelitian kualitatif penting untuk menghasilkan teori, pengembangan kebijakan, pengembangan pelaksanaan pendidikan, pencerahaan terhadap isu sosial, dan stimulus terhadap sebuah kelakuan (McMillan dan Schumacher, 2001). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivism, karena menempatkan pentingnya pengamatan dan obyektivitas dalam menemukan fakta yang belum terungkap secara kuantitatif (Patton, 2002).

Secara Ontologi, paradigma ini menyatakan bahwa realitas bersifat sosial, dan karena itu akan menumbuhkan bangunan teori atas realitas majemuk dari masyarakatnya. Secara Epistemologi, hubungan antara peneliti dan objek penelitiannya bersifat interaktif,

sehingga fenomena dan pola-pola keilmuan dapat dirumuskan dengan memperhatikan gejala hubungan yang terjadi antara keduanya. Secara axiologi adalah melihat manfaat penelitian dari segi teori dan praktis berupa *framework* penelitian (Hartono, 2017; Leksono, 2013).

Desain Penelitian

Grounded Research adalah metode penelitian yang mendasarkan diri kepada fakta dan menggunakan analisis perbandingan bertujuan untuk mengadakan generalisasi empiris, menetapkan konsep-konsep, membuktikan teori, dan mengembangkan teori, dimana pengumpulan data dan analisis data berjalan pada waktu yang bersamaan (Nazir, 2014). *Grounded Research* bertujuan untuk mengadakan generalisasi empiris, menetapkan konsep-konsep, membuktikan teori, dan mengembangkan teori (Nazir, 2014).

Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kedai usaha Ayam Tangkap Malang Geprek di Kota Malang. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa adanya kesediaan instansi atau lembaga atau organisasi atau pemilik usaha untuk memberikan informasi yang diperlukan sesuai dengan penelitian. Serta adanya keterkaitan dengan judul program perintis yang dilaksanakan. Penelitian ini dilakukan sebelum pandemi dan di berlakukannya new normal pada bulan September 2019 sampai dengan bulan September 2020.

Penentuan Informan

Dalam menentukan informan yang ideal terdapat empat kriteria sebagai penentu informan (Neuman, 2014), empat kriteria tersebut yaitu: Orang yang benar-benar mengetahui dengan budaya yang ada di objek. Dalam point satu ini, peneliti telah memilih informan yaitu pemilik usaha ATM Geprek; Individu saat ini terlibat di lapangan.

Anggota yang telah tercermin di lapangan mungkin memberikan wawasan yang berguna. Dalam point dua ini, peneliti juga memilih informan yang aktif di usaha ATM Geprek; Orang tersebut dapat meluangkan waktu bersama peneliti. Dalam point ketiga, informan yang dipilih oleh peneliti dapat meluangkan waktu untuk diwawancarai; Individu non-analisis membuat informan lebih baik. Informan non-analisis terbiasa menggunakannya teori rakyat asli atau akal sehat pragmatis. Dalam point keempat, pada perbincangan informan *friendly* dengan peneliti. Berdasarkan kriteria diatas, penentuan informan kunci (*key informan*) pada penelitian ini berdasarkan atas informan yang memiliki pengalaman di usaha Ayam Tangkap Malang Geprek yaitu pemilik usaha atau owner.

Pengumpulan Data

Data adalah bahan informasi untuk proses berpikir gamblang (eksplisit) kemungkinan-kemungkinan pemecahan, persoalan, atau keterangan sementara yang sudah disusun harus diuji melalui pengumpulan data yang sudah relevan atau ada kaitannya. Ada beberapa macam teknik dalam pengumpulan data, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi (Yin, 2011).

Analisis Data

Tahap-tahap analisis *Grounded Research* (Emzir, 2017; Hamzah, 2019), yaitu: Open Coding Peneliti membentuk kategori awal dari informasi tentang fenomena yang dikaji dengan pemisahan informasi menjadi segmen-segmen. Axial Coding Seperangkat prosedur penempatan data kembali dengan cara-cara baru setelah pengkodean terbuka, dengan membuat kaitan antar kategori. Selective Coding adalah proses pemilihan kategori inti, pengaitan kategori inti terhadap kategori lainnya secara sistematis, pengabsahan hubungannya, mengganti

kategori yang perlu diperbaiki dan dikembangkan lebih lanjut.

Keabsahan Data

Terdapat empat kriteria untuk menilai kualitas penelitian kualitatif secara eksplisit (Emzir, 2017), yaitu: Kredibilitas, Transferabilitas, Dependabilitas, dan Konfrimabilitas.

Hasil Dan Pembahasan

Setiap individu pasti memiliki sebuah hobi, hobi dapat diartikan sebagai passion seseorang. Passion seseorang dapat diketahui dari rasa cinta terhadap kegiatan yang ia senangi, salah satunya adalah berbisnis di bidang kuliner. Hal ini di dukung dengan pernyataan owner ATM Geprek:

“untuk hobi sendiri, saya suka dengan kuliner, mengingat salah satu orang tua saya juga dari pebisnis, sehingga ingin mendirikan usaha bisnis sendiri sesuai dengan hobi saya”

Menyukai bisnis dan mau menginvestasikan waktu serta energinya hal yang dimiliki pemilik usaha ATM Geprek:

“iya, karena bisnis itu harus kita jalani dengan sangat happy, jadi kalo bisnis itu memang Passion di kita, kesukaan kita, sehingga kita pasti merasa senang, awalnya dari kesenangan, yaitu Passion, sendiri, terus juga tekatnya sudah focus untuk dibisnis ini pengennya untuk sangat total untuk menjalankan bisnis ini”

Terkonfirmasi bahwa hobi yang dimiliki oleh informan berkaitan dengan bisnis yang dimiliki oleh informan. Dengan memiliki hobi yang sejalan dengan pekerjaan, maka beban pekerjaan yang dialami tidak lagi terasa membebani, namun menjadi kesempatan untuk dapat menikmati hobi sekaligus memajukan bisnisnya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Livano dan Herdinata, 2014), ia mengatakan bahwa berdasarkan refleksi dari mahasiswa yang menjalankan bisnis secara riil tentang karakter Passion dan Market Sensitivity.

Lantas, Anggraini (2013) menyatakan bahwa passion mampu mengembangkan kreatifitas dalam berwirausaha. Di dalam berjalannya bisnis serta semakin berkembangnya bisnis maka suatu perusahaan biasanya menambah karyawan. Namun kegiatan untuk merekrut dan juga punishment karyawan merupakan resiko yang nantinya akan berpengaruh kedalam kinerja karyawan kedepannya, dan juga dibidang kuliner ini karyawan terutama di bidang pelayanan memiliki peranan yang sangat penting:

“banyak ya, seperti masalah karyawan, meski di gaji dibawah UMR tapi saya mengapresiasi kinerjanya, adapun permasalahan di bagian roasting kopi, jadi saya harus menghandle sendiri”

Di dalam mengorbankan sumberdaya informan telah mengantisipasi adanya perubahan dan masalah di setiap tahunnya sehingga sumberdaya yang dimiliki mampu dimanfaatkan secara optimal serta kemampuannya dalam mengukur suatu resiko dan menjadikannya suatu peluang merupakan daya dorong yang dimiliki pemilik untuk terus memajukan bisnisnya (Nandha, 2017). Pasar memiliki ciri khas tersendiri diantaranya adalah perubahan selalu terjadi, kemauan pasar selalu meningkat. Dikarenakan pasar yang selalu berubah maka pengusaha perlu melakukan tindakan-tindakan antisipatif. Dengan adanya perubahan, hal ini tentunya mempengaruhi terutama di lingkungan kerja. Pengaruh yang muncul kepada para karyawan sangat di butuhkan agar dapat tetap dapat meningkatkan kinerja. Dengan melakukan terobosan-terobosan baru akan menciptakan sistem yang praktis, sehingga karyawan juga dapat menikmati waktunya dalam berkerja.

“Biasanya sih mencari peluang, Kalo mencari peluang biasanya kita dapat dari koneksi maksudnya dari lingkungan atau keluarga, nah dukungan dari keluarga juga penting, saat ini ATM Geprek menciptakan terobosan pada ide penjualan misalkan

produk, harga yang dijual pada kalangan mahasiswa, tempat, dan sistem pelayanan agar pelanggan nyaman dan karyawan lebih bersemangat dalam bekerja”

Situasi perusahaan dapat mengelola resiko dengan melakukan inovasi, baik di sektor manajemen, ataupun produk. Inovasi merupakan hasil dari suatu proses yaitu trial and eror terhadap suatu objek inovasi, sehingga dapat di wujudkan sebagai suatu ide yang dapat di pasarkan.

“inovasi yang telah dilakukan oleh ATM Geprek ini, saya membuka delivery order, jadi sistem jualnya bisa online”

“saat pandemi sempat saya tutup, dan saat diberlakukannya new normal, saya buka kembali tapi dengan persediaan yang sedikit, berbeda dengan sebelum terjadinya pandemi yang biasanya 5 Ekor Ayam potong sekarang menjadi 3 Ekor Ayam potong yang dijual, sehingga jualnya sekarang ya delivery order dan online melalui IG”

Berdasarkan pernyataan informan diatas, ia telah melakukan berbagai inovasi, salah satunya pada konsep penjualannya. Secara teori penjualan adalah ilmu menjual, kemampuan seseorang untuk menjual sesuatu. Salesmanship merupakan gabungan antara kemampuan, kompetensi, pengalaman, usaha dan seni (Susbandono, 2016). Sehingga pemilik dapat membangun dan membina hubungan pribadi, memiliki penguasaan bahasa, menguasai siklus penjualan, dan memiliki intuisi yang tajam guna mempertahankan dan meningkatkan kinerja usaha (Martin, 2013). Berikut gambar dari proses mempertahankan dan mengembangkan kinerja bisnis dimasa new normal yang memiliki hubungan dengan orientasi kewirausahaan dan konsep penjualan: (terlampir).

Simpulan Dan Saran

Seorang pengusaha dapat mengembangkan dan mempertahankan bisnis jika memiliki passion dan kemampuan, selain itu terdapat

orientasi kewirausahaan: risk-taking, pro-aktif, dan inovasi dalam penjualan barang sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha. Perlunya penekanan pada penjualannya seperti barang, Harga, Pelayanan, Tempat penjualan, Sistem dan teknik penjualan.

Acknowledgement

Tim Program Dosen Perintis mengucapkan kepada LPPM Universitas Widyagama yang telah mendukung modal dana untuk Program Dosen Perintis, Mitra ATM Greprek yang telah bersedia menjadi tempat penelitian, dan pihak-pihak lain yang ikut terlibat dalam kegiatan Program Dosen Perintis.

Daftar Pustaka

Anggraini, A. S., 2013. Dinamika gairah (passion) pada pekerja Industri Kreatif. Psikologi Industri dan Organisasi , 02.

Emzir, 2017. Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif & Kualitatif. PT. Rajagrafindo Persada.

Hamzah, A., 2019. Metode Penelitian Kualitatif: Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada ilmu Pendidikan, Sosial & humaniora. Literasi Nusantara.

Hartono, Jogyanto, 2017. Filosofi dan Metodologi Penelitian. Edisi Pertama. Yogyakarta.

Helmy, Djawahir Achmad, 2016. *Manajemen Bisnis*. Makalah Pelatihan UMKM. Klinik Bisnis UMKM FEB UB Malang.

Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, Dean A. Shepherd, 2017 Entrepreneurship. Tenth edition. Published by McGraw-Hill Education.

Kobia, M, & Sikalich, D., 2010 Towards a search for the meaning of entrepreneurship. Journal of European Industrial Training, 34(2), 110–127.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012 Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.

Leksono S., 2013. Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi. *Dari Metodologi ke Metode*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Lerner, J Joel, 1986. Introduction to Business Organization and Management. Singapore: McGraw-Hill Book Co.

Livano, Alvin, and Christian Herdinata, 2014. "Peran Karakter Passion Dan Market Sensitivity Dalam Startup Business Udifer Bags." Seminar Nasional And Call For Paper–22 Mei 2014–ISBN: 978-979-19940-3-3–Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranata.

McMillan, J.H, and Sally, S., 2001. *Research In Education*. New York: Longman.

Mustikowati, Rita Indah, and Irma Tysari, 2014. "Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang)." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 10.1: 23-37.

Nanda, Elia Quanta, 2015. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Surabaya." *Agora* 3.1: 706-715.

Nandha, Narendra Muvano, 2017. Orientasi Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Saboten Shokudo di Kota Malang). Tesis. Pascasarjana FEB UB Malang.

Nazir, Mohammad, 2014. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Neuman, W. L., 2014, Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Seventh Edition. Edinburgh Gate. Pearson Education Limited.

Patton, Michael Quinn. 2002. Qualitative Research and Evaluation Methods. 3rd Edition. Thousand Oaks. Sage Publications. Inc. California.

Riwidya, Tri Oktavia, 2018 Pengaruh Keahlian Tenaga Penjual dan Kedekatan Tenaga Penjual Terhadap

- Kepercayaan Dan Minat Pembelian Ulang (Studi 3 Pada Nasabah PT. BNI Tbk. Kantor Wilayah Malang). Tesis. Pascasarjana FEB UB Malang.
- RS, Imma Andiningtyas, and Ratna L. Nugroho, 2014 "Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan kecil." *Jurnal Manajemen Indonesia* 14.1: 37-46.
- Septia, Arisa, 2016. "Peran Karakter Passion Dan Persistent Dalam Perkembangan Bisnis Sobaloe." *PERFORMA* 1.5: 617-626.
- Singh, R., Singh, R.K. and Banerji, D., 2018 "Emotion regulation – natural reward strategy linkage and its impact on sales performance: the mediating impact of salesmanship skills", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 33 No. 3, pp. 353-364. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2016-0236>.
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang, 2016. Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi.
- Yin, R. K., 2011. *Qualitative Research from Start to Finish*. The Guilford Press: New York.