

PENGARUH JARINGAN BISNIS DAN OPTIMISME TERHADAP KEMAMPUAN MENEMUKAN PELUANG BISNIS PADA *CELL GROUP* PRO M GEREJA MAWAR SHARON SURABAYA

Daniel

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

danzbiiii041@gmail.com

ABSTRAK

Setiap wirausahawan dituntut untuk mampu melihat peluang dalam bisnis. Banyak faktor yang dapat mendorong seorang wirausahawan untuk memiliki kemampuan menemukan sebuah peluang dalam bisnis. Seorang wirausahawan yang memiliki banyak jaringan cenderung akan lebih mudah dalam menemukan sebuah peluang dalam berbisnis. Selain itu, peluang bisnis juga dapat ditemukan seorang wirausahawan jika memiliki rasa optimis yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jaringan dan optimisme terhadap kemampuan menemukan peluang bisnis pada Komunitas Professional Muda (Pro M) Gereja Mawar Sharon Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah jemaat pada Gereja Mawar Sharon sebanyak 1500, sedangkan sampel yang diteliti sebanyak 94 orang. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan bersumber dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM menggunakan program PLS. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Jaringan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan menemukan peluang bisnis, sehingga semakin banyak jaringan yang dimiliki maka akan semakin tinggi kemungkinan menemukan peluang bisnis; (2) Optimisme berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan menemukan peluang bisnis, sehingga semakin tinggi optimisme maka akan semakin tinggi juga kemungkinan menemukan peluang bisnis.

Kata kunci: Jaringan, Optimisme, Kemampuan Menemukan Peluang Bisnis

ABSTRACT

Every entrepreneur is required to be able to see opportunities in the business. Many factors can encourage an entrepreneur to have the ability to find an opportunity in the business. An entrepreneur who has many networks tends to find it easier to find opportunities in business. Besides that, a business opportunity can also be found by an entrepreneur if the entrepreneur has a high sense of optimism. This study aims to determine the influence of networks and optimism on the ability to find business opportunities in the Komunitas Professional Muda (Pro M) Mawar Sharon Churches Surabaya. The type of research used is causal research using a quantitative approach. The population in this study was a congregation of 1500 Mawar Sharon Churches, while the samples studied were 94 people. The type of data used is quantitative data sourced from primary data obtained through questionnaires. The data analysis technique used is SEM analysis using the PLS program. The results in this study indicate that: (1) Networks has a significant and positive influence on the ability to find business opportunities, so that the more networks they have, the higher the chances of finding business opportunities; (2) Optimism has a significant and positive influence on the ability to find business opportunities, so the higher the optimism, the higher the possibility of finding business opportunities.

Keywords: Network, Optimism, Ability to Find Business Opportunities

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah suatu proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa.

Optimisme sangat berkaitan dengan kemampuan atau keahlian psikologis yang dapat membantu setiap individu dalam menyelesaikan sebuah masalah dalam situasi dibawah tekanan. Pada jaman sekarang ini terjadi perubahan persaingan dalam berbisnis, di mana persaingan yang pada dasarnya antar perusahaan beralih menjadi persaingan antar hubungan bisnis (Ardichvili, Cardozo, & Ray, 2003).

Seorang wirausahawan yang memiliki banyak jaringan cenderung akan lebih mudah dalam menemukan sebuah peluang dalam berbisnis dibandingkan dengan wirausahawan yang tidak memiliki jaringan akan jauh lebih sulit untuk menemukan sebuah peluang dalam berbisnis (Hills et al., 1997).

Sel Group jemaat Gereja Mawar Sharon, adalah kelompok komunitas jemaat sebuah sinode gereja yang

berpusat di kota Surabaya. Gereja ini bergerak dalam aliran Teologi Karismatik.

Gereja Sel adalah gereja yang menempatkan Kelompok Selnya sebagai pusat pelayanan. Pelayanan Sel bukanlah program, melainkan inti dari gereja itu sendiri.

Gereja Mawar Sharon telah memiliki 38 satelit yang tersebar di berbagai kota, seperti Surabaya, Jakarta, Manado, Tondano, Amurang, Tomohon, Makassar, Bitung, Langowan, Kotamobagu, Medan, Bali, Pontianak, Yogyakarta, Ambon, Masohi dan Saparua.

Persaingan bisnis yang di mana awalnya terjadi antar perusahaan dan sekarang ini menjadi antar hubungan. Hal ini terlihat dari munculnya perusahaan seperti asuransi, yang di mana perusahaan asuransi ini sangat mengandalkan jaringan atau hubungan dari antar sales asuransi dan dari sales asuransi kepada pelanggan. Ditambah kondisi global ekonomi saat ini, disamping memerlukan jaringan juga memerlukan optimis dengan cara pandang yang positif dalam menghadapi keadaan.

Optimisme pada pebisnis penelitian menunjukkan bahwa pengusaha yang optimis tampaknya akan berkinerja lebih baik dan lebih kompetitif di tempat kerja (Liang, 2010).

Saat berwirausaha selalu akan ada yang namanya masalah, dari pada berpikir atau mencari solusi sendiri dan tidak kunjung mendapatkan solusi bisa berdiskusi dengan orang lain untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Dengan memiliki jaringan bisnis dan rasa optimisme akan lebih baik dalam mencari peluang bisnis dan lebih mempermudah pertimbangan saat menyelesaikan permasalahan bisnis.

Tujuan dalam penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui pengaruh optimisme terhadap kemampuan menemukan peluang bisnis; dan (2) Untuk mengetahui pengaruh jaringan terhadap kemampuan menemukan peluang bisnis

2. LANDASAN TEORI

1) Kewirausahaan atau *Entrepreneurship*

Menurut Drucker (dalam Saragih, 2017) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian *entrepreneurship* menurut Zimmerer (dalam Rumijati, 2010) adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar. Berdasarkan penjelasan dari pengertian kewirausahaan atau *entrepreneur* di atas pengertian kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebuah proses di mana seseorang untuk mendukung nilai, dan mencari perubahan akan tetapi dalam meresponnya menggunakan sebuah cara yang lebih inovatif, dan mendobrak *system* atau *system* ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru dengan menciptakan atau mengelola bahan baku.

2) Jaringan

Menurut Porter (1998) Jaringan merupakan hal yang terpenting dalam pengembangan sebuah bisnis baru.

Jaringan dan dukungan sosial dapat diukur melalui frekuensi dalam bertemu dan berkomunikasi dengan tetangga, keluarga atau teman, seberapa banyak jaringan virtual yang dimiliki dan frekuensi dalam berhubungan, dan jumlah teman dekat atau keluarga yang dapat dimintai bantuan (Ferri, Deakins, & Whittam, 2009). Menurut Ferri, Deakins, & Whittam (2009) jaringan yaitu alat instrumental yang melibatkan subkontrak, berbagi informasi dirancang untuk mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan keuntungan

3) Optimisme

Optimisme berasal dari bahasa latin "*optima*" yang berarti terbaik, sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia "optimis" adalah suatu kecenderungan individu untuk selalu berpengharapan baik dalam menghadapi segala hal. Optimisme akan mempengaruhi tingkah laku dan emosi seseorang (Carver, 2007). Menurut Scheier dan Carver (1985), optimisme dan pesimisme merupakan dua kutub yang berlawanan pada satu dimensi yang bersifat kontinum. Penelitian ini menggunakan konsep optimisme menurut Scheier dan Carver (1985) yang biasa disebut *dispositional optimism*. Konsep tersebut yang saat ini

dikembangkan menjadi *entrepreneurial optimism*. Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa optimisme adalah kemampuan yang dimiliki oleh Individu untuk memperkirakan, mengantisipasi, dan memastikan bahwa setiap aktivitas yang sedang dan akan dilakukan dalam hidupnya pasti dan akan mendapatkan hasil yang baik dan positif di masa yang akan datang.

4) Optimisme dalam *Entrepreneurship*

Beberapa penelitian-penelitian sebelumnya mengenai optimisme dan *entrepreneur* telah memberikan gambaran dan pengertian bahwa *entrepreneur* yang optimis adalah *entrepreneur* yang memiliki dan memegang keteguhan hati dan keyakinan tentang hidup yang mereka jalani serta bekerja keras untuk memenuhi tujuan yang hendak dicapai (Bengtsson & Ekeblom 2014; Cooper, Woo & Dunkelberg, 1988; Busenitz & Barney, 1997; Camerer & Lovallo, 1999; Arabsheibani et al, 2000;. Fraser & Greene, 2006; Puri & Robinson, 2006; Koellinger, 2008; Crane & Crane, 2007; Trevelyan, 2008; Ucbasaran et al., 2010;. Cassar; 2010) dalam Jeraj (2014).

Optimisme memiliki manfaat penting dan turut mempengaruhi seorang *entrepreneur* (Cooper, Woo, & Dunkelberg., 1988, dalam Jeraj, 2014). Beberapa penelitian mengklaim bahwa optimisme dapat dihubungkan dengan hasil positif dalam *entrepreneurship*, keberhasilan *entrepreneurship*, dan kontribusi mereka terhadap perekonomian dimana mereka beroperasi (Jeraj, 2014). Sikap optimis cenderung membuat *entrepreneur* dapat menemukan sebuah peluang baru di mana mereka berada (Segerstrom & Solberg Nes, 2006). Menurut McMullen dan Shepherd (2006), *entrepreneur* harus mampu memutuskan tujuan apa yang secara realistis harus dilakukan dan diselesaikan terlebih dahulu pada tahap awal pengembangan usahanya dengan maksud untuk memaksimalkan potensi bagi keberlangsungan dan kesuksesan jangka panjang usahanya.

Terdapat sebuah fakta bahwa *entrepreneur* yang memutuskan untuk maju menghadapi rintangan yang berpotensi menciutkan semangat menunjukkan bahwa mereka memiliki optimisme yang benar-benar tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari sebuah penelitian yang menunjukkan bahwa *entrepreneur* yang memiliki ciri-ciri karakteristik serupa akan memperoleh hasil yang tinggi dalam penilaian optimisme (Abdelsamad & Kindling, 1978; Fraser & Greene, 2006; Lowe & Ziedonis, 2006) dalam Hmieleski dan Baron (2009).

5) Peluang

Menurut Schumpeter, Kirzner, dan Casson (dalam Ardichvili, Cardozo, & Ray, 2003), peluang merupakan kesempatan yang diperoleh individu dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui kombinasi kreatif dari sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan nilai yang lebih besar. Menurut Waspada (2004) pada dasarnya peluang dapat tumbuh di mana saja, kapan saja oleh siapa saja. Jadi dari pengertian-pengertian peluang yang tertera diatas dapat disimpulkan bahwa peluang merupakan sebuah kesempatan yang dapat diperoleh individu dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan serta peluang juga sebagai suatu perwujudan kebutuhan yang belum terpenuhi dan peluang

itu juga dapat tumbuh di mana saja, kapan saja dan oleh siapa saja. Oleh karena itu setiap individu haruslah cermat dalam melihat dan memanfaatkan peluang tersebut untuk membuat bisnis baru.

6) Hubungan Antar Konsep

a. Pengaruh Optimisme terhadap kemampuan menemukan peluang

Sikap optimis cenderung membuat *entrepreneur* dapat menemukan sebuah peluang baru di mana mereka berada. Menurut James dan Gudmundson (dalam Jeraj, 2014), emosi psikologis yang positif seperti optimisme bermanfaat dalam memberikan perilaku memotivasi yang memungkinkan *entrepreneur* dapat berjuang dalam menemukan sebuah peluang usaha. Oleh karena itu, salah satu karakter seorang *entrepreneur* adalah memiliki optimisme dan salah satu aspek dari seorang *entrepreneur* adalah kemampuan menemukan peluang.

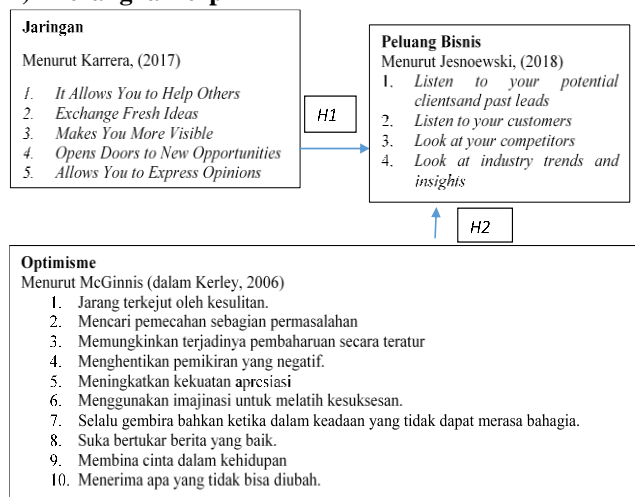
H1: Terdapat pengaruh antara optimisme terhadap kemampuan menemukan peluang.

b. Pengaruh jaringan terhadap kemampuan menemukan peluang

Sejumlah penelitian terdahulu yang meneliti pengaruh jaringan terhadap menemukan peluang bisnis yaitu Ramezanpour, Amiriyani, & Shirazi (2014). Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan menemukan peluang bisnis. Semakin banyak jaringan yang dimiliki maka akan semakin banyak informasi yang akan diperoleh dan dapat menyebabkan kemampuan seorang pengusaha untuk menemukan peluang bisnis lebih banyak (Burt, 2004; Obstfeld, 2005 dalam Anis, 2012).

H2: Jaringan memiliki pengaruh terhadap kemampuan peluang bisnis

7) Kerangka Berpikir



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Sumber: Karrera, (2017); McGinnis dalam Kerley, (2006); Jesnoewski, (2018)

METODE PENELITIAN

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Penelitian kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2016, p. 62). Pendekatan yang

digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016, p. 11) metode kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

2) Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota *Cell Group* Pro M pada Gereja Mawar Sharon sebanyak 1500.

3) Sampel Penelitian

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang diambil adalah teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016, p. 126). Berikut adalah kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel, yaitu : (1) Memiliki kartu jemaat Gereja Mawar Sharon; (2) Aktif menjadi anggota *Cell Group* Pro M Gereja Mawar Sharon dalam 6 bulan terakhir. Untuk menghitung jumlah sampel yang akan digunakan, akan digunakan rumus Slovin menurut Sekaran (2011, p.123). Hasil perhitungan menggunakan rumus slovin diatas diketahui hasilnya adanya 93,75 yang dibulatkan menjadi 94 sampel, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jemaat pada Gereja Mawar Sharon sebanyak 87 orang.

4) Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang dipilih adalah data kuantitatif, hal ini disebabkan pada saat dilakukan pengumpulan data digunakan metode penyebaran kuesioner yang ditujukan pada Jemaat Gereja Mawar Sharon. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang diperoleh dengan *survey* lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Kuncoro, 2009, p. 127).

5) Teknik dan Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket, dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016, p 193). Responden akan memilih salah satu pilihan yang paling sesuai atas pernyataan yang diberikan dalam angket. Angket akan disebarikan secara *online* dengan memberika *link* melalui *Google Form*.

6) Variabel dan Definisi Operasional

a. Jaringan

Peran jaringan dalam kewirausahawan sangat penting. Melalui jaringan dapat diperoleh berbagai macam informasi yang dapat digunakan sebagai peluang usaha. Hal ini dikarenakan jaringan memfasilitasi penyebaran informasi di antara anggotanya Dimensi jaringan dalam penelitian ini mengadopsi pendapat Karrera (2017) yaitu :

- a) *It Allows You to Help Others*
- b) *Exchange Fresh Ideas*
- c) *Makes You More Visible*
- d) *Opens Doors to New Opportunities*

b. Optimisme

Sikap optimisme sangat penting pada seorang *entrepreneur*. Optimisme akan mempengaruhi tingkah

laku dan emosi seseorang *entrepreneur*. Hal itu berarti optimisme akan mempengaruhi individu *entrepreneur* dalam memahami dan merespon tantangan yang sedang dihadapi, karena individu yang optimis memiliki keyakinan bahwa segala kesulitan yang mereka hadapi akan dapat diselesaikan dengan baik. Berdasarkan 12 faktor-faktor yang mempengaruhi optimisme sebagai indikator penelitian, dimana terdapat 2 faktor yang kurang sesuai dikarenakan cenderung sama dengan pembentuk *self-efficacy* Berdasarkan hal ini maka ke sepuluh dindikaor yang digunakan terdapat pada table 3.3.

c. Kemampuan Menemukan Peluang Bisnis

Kemampuan menemukan peluang bisnis atau *entrepreneurship* adalah titik awal yang harus dilalui oleh setiap *entrepreneur*. Peluang menurut teori Kirznerian muncul dari ketidak simetrisan informasi sehingga menyebabkan hanya beberapa kelompok populasi yang dapat mengaksesnya. Kemampuan identifikasi peluang didefinisikan sebagai pengumpulan dan penafsiran informasi untuk menemukan kesenjangan informasi di pasar, teknologi, dan kebutuhan.

Indikator yang digunakan dalam kemampuan identifikasi peluang bisnis mengadopsi teori mengenai kemampuan identifikasi peluang bisnis yang disebutkan oleh Jesnoewski (2018) yaitu:

1. *Listen to your potential clients and past leads*
2. *Listen to your customers*
3. *Look at your competitors*
4. *Look at industry trends and insights*

7) Teknik Analisis Data

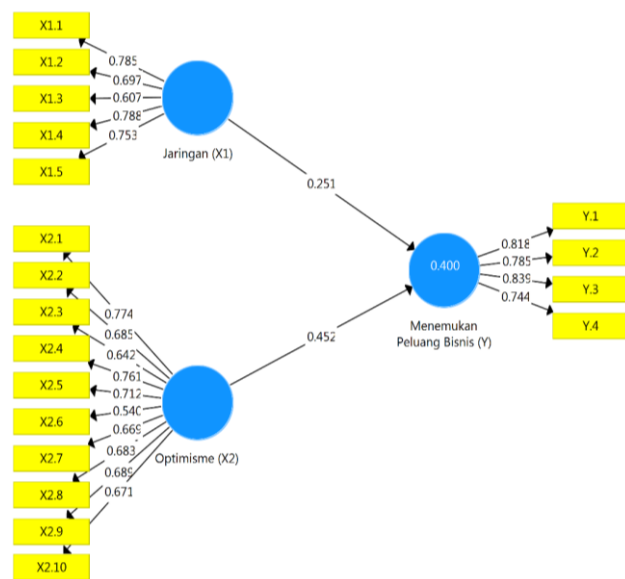
Teknik analisis data penelitian kuantitatif menggunakan *statistic* dengan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan program komputer bernama Smart-PLS 3.0.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

1) Hasil Uji Analisa *Partial Least Square*

a. Konstruksi Diagram Path (putaran pertama)

Pada penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian digunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program SmartPLS. Berikut adalah gambar model PLS yang diajukan.



Gambar 2 Model Struktural PLS (Putaran Pertama)

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Hasil nilai *inner weight* diputaran pertama pada Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa menemukan peluang bisnis dipengaruhi oleh jaringan dan optimisme, namun pada putaran pertama hasil yang didapat tidak valid dikarenakan indeks X2.3 dan X2.6 memiliki hasil yang kecil. Hasilnya dapat dilihat dari 1 dibawah ini.

Tabel 1 Construct Reliability and Validity

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Jaringan (X1)	0.788	0.820	0.849	0.532
Menemukan Peluang Bisnis (Y)	0.808	0.811	0.874	0.635
Optimisme (X2)	0.874	0.884	0.898	0.470

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Hasil diatas menunjukkan bahwa pada optimisme (X2) kolom Average Variance Extracted (AVE) tidak valid, dikarenakan nilai yang didapat kurang dari 0,500. Sedangkan hasil dari variable jaringan (X1) memiliki hasil Average Variance Extracted (AVE) adalah 0.532 dimana hasilnya valid sama dengan variable menemukan peluang bisnis (Y) adalah 0.635 dimana hasilnya valid.

b. Evaluasi *Outer Model*

a) *Convergent Validity*

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila memiliki nilai *convergent validity* > 0.70. Berikut adalah nilai *outer loading* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

Tabel 2 *Loading Factor*

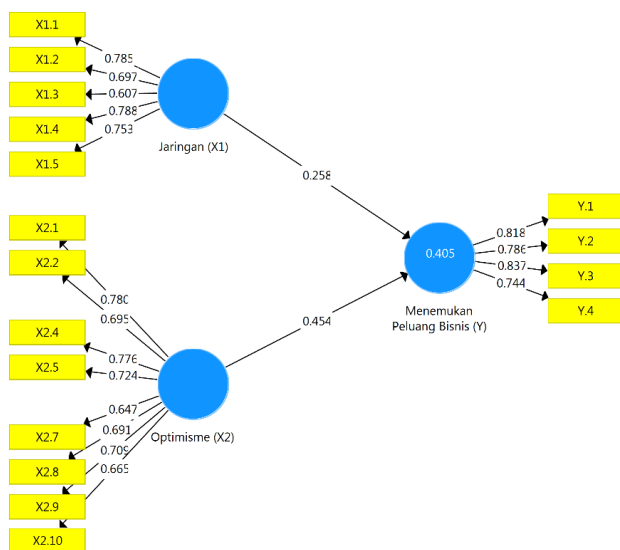
Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Jaringan	X1.1	0.785	Valid
	X1.2	0.697	Valid

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Optimisme	X1.3	0.607	Valid
	X1.4	0.788	Valid
	X1.5	0.753	Valid
	X2.1	0.774	Valid
	X2.2	0.685	Valid
	X2.3	0.642	Valid
	X2.4	0.761	Valid
	X2.5	0.712	Valid
	X2.6	0.540	Valid
	X2.7	0.669	Valid
Menemukan Peluang Bisnis	Y1	0.818	Valid
	Y2	0.785	Valid
	Y3	0.839	Valid
	Y4	0.744	Valid

Sumber: Lampiran 4, data diolah

c. Konstruksi Diagram Path (putaran kedua)

Pada penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian digunakan analisis *Partial Least Square (PLS)* dengan program SmartPLS. Berikut adalah gambar model PLS yang diajukan.



Gambar 3 Model Struktural PLS

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Hasil nilai *inner weight* diputaran kedua pada Gambar 3 di atas menunjukkan bahwa hasil yang didapat sudah valid dikarenakan indeks X2.3 dan X2.6 telah dihilangkan. Hasilnya dapat dilihat dari tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3 Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Jaringan (X1)	0.788	0.820	0.849	0.532

	Menemukan Peluang Bisnis (Y)	Optimisme (X2)		
Menemukan Peluang Bisnis (Y)	0.808	0.811	0.874	0.635
Optimisme (X2)	0.861	0.870	0.891	0.508

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Hasil diatas menunjukkan bahwa pada optimisme (X2) kolom Average Variance Extracted (AVE) valid, dikarenakan nilai yang didapat 0,508. Karena variable yang hasilnya kecil sudah dibuang karena jika tidak buang maka hasilnya tetap tidak valid di tabel diatas sudah terlihat bahwa semua hasil dari variable penelitian ini sudah valid semua.

d. Evaluasi Outer Model

a) Convergent Validity

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila memiliki nilai *convergent validity* > 0.70. Berikut adalah nilai *outer loading* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

Tabel 4 Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Jaringan	X1.1	0.785	Valid
	X1.2	0.697	Valid
	X1.3	0.607	Valid
	X1.4	0.788	Valid
	X1.5	0.753	Valid
Optimisme	X2.1	0.780	Valid
	X2.2	0.695	Valid
	X2.4	0.776	Valid
	X2.5	0.724	Valid
	X2.7	0.647	Valid
	X2.8	0.691	Valid
	X2.9	0.709	Valid
	Y1	0.818	Valid
	Y2	0.786	Valid
Menemukan Peluang Bisnis	Y3	0.837	Valid
	Y4	0.744	Valid

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Berdasarkan pengujian *convergent validity* yang terlihat pada tabel 4 diatas diketahui jika masing-masing indikator yang sudah memiliki nilai *loading factor* > 0.7. Namun, dalam hasil pengujian juga ditemukan adanya indikator yang memiliki nilai *loading factor* < 0.7 namun tidak ada yang memiliki nilai *loading factor* < 0.5. Menurut Chin dalam Ghazali (2012), penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai *loading factor* 0.5 – 0.6 masih dianggap cukup sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator yang ada itu layak atau valid untuk digunakan dan dapat digunakan untuk analisis data lebih lanjut.

b) Discriminant Validity

Pada bagian ini akan diuraikan hasil uji *discriminant validity*. Uji *Discriminant validity* bertujuan menguji validitas blok indikator. Uji *discriminant validity* menggunakan nilai *cross loading*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai *cross loading* indikator pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan pada variabel lainnya

Tabel 5 Cross-Loading

	Jaringan (X1)	Optimisme (X2)	Menemukan Peluang Bisnis (Y)
X1.1	0.697	0.407	0.311
X1.2	0.697	0.407	0.214
X1.3	0.607	0.316	0.265
X1.4	0.788	0.420	0.496
X1.5	0.753	0.454	0.450
X2.1	0.375	0.780	0.445
X2.2	0.405	0.695	0.417
X2.4	0.497	0.776	0.390
X2.5	0.341	0.724	0.551
X2.7	0.326	0.647	0.376
X2.8	0.499	0.691	0.319
X2.9	0.413	0.709	0.415
X2.10	0.340	0.665	0.450
Y.1	0.447	0.478	0.818
Y.2	0.448	0.525	0.525
Y.3	0.348	0.453	0.453
Y.4	0.386	0.446	0.446

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Nilai *cross loadings* pada Tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

Selain mengamati *cross loading*, *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode lainnya yaitu dengan menggunakan AVE yang bertujuan untuk menguji reliabilitas variabel konstruk. AVE bertujuan untuk menetapkan bahwa variabel konstruk memiliki nilai *Discriminant validity* yang baik. Nilai AVE dinyatakan memuaskan jika > 0,5. Hasil uji AVE nampak pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6 Nilai AVE

	Average Variance Extracted (AVE)
Jaringan	0.532
Optimisme	0.508
Menemukan Peluang Bisnis	0.635

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Hasil nilai AVE untuk blok indikator yang mengukur konstruk dapat dinyatakan memiliki nilai *discriminant*

validity yang baik karena nilai AVE > 0,5. Hal ini berarti bahwa semua variabel konstruk dinyatakan telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

c) Composite Reliability

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *Composite Reliability* apabila memiliki nilai *Composite Reliability* > 0,70. Berikut adalah nilai *Composite Reliability* dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 7 Composite Reliability

	Composite Reliability
Jaringan	0.849
Optimisme	0.891
Menemukan Peluang Bisnis	0.874

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Berdasarkan penyajian data pada tabel 7 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Composite Reliability* semua variabel penelitian > 0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memadai dalam mengukur variabel laten / konstruk yang diukur sehingga dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

d) Cronbach Alpha

Uji realibilitas dengan *Composite Reliability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6. Berikut ini adalah nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing variabel:

Tabel 8 Cronbach Alpha

	Cronbach Alpha
Jaringan	0.788
Optimisme	0.861
Menemukan Peluang Bisnis	0.808

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian adalah > 0,60. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

e. Uji Inner Model

a) Nilai R-Square

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai

pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Untuk variabel laten endogen dalam *model structural* yang memiliki hasil R^2 sebesar 0,75 mengindikasikan bahwa model “kuat”, R^2 sebesar 0,5 mengindikasikan bahwa model “moderate”, R^2 sebesar 0,25 mengindikasikan bahwa model “lemah” (Ghozali, 2012). Adapun output PLS sebagaimana dijelaskan berikut:

Tabel 9 Nilai R-Square

	<i>R-Square</i>
Menemukan Peluang Bisnis	0.405

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Untuk variabel menemukan peluang bisnis ini memiliki nilai R^2 sebesar 0.405 yang mengindikasikan bahwa model “moderate”.

b) Q-Square

Kesesuaian *model struktural* dapat dilihat dari Q^2 , sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - (1 - R1) \\
 &= 1 - (1 - 0.405) \\
 &= 1 - (0.595) \\
 &= 0.405
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan Q^2 menunjukkan bahwa nilai Q^2 0.405 yang menunjukkan bahwa nilai Q^2 “moderate”. Menurut Ghozali (2014), nilai Q^2 dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang telah dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Sehingga nilai Q^2 prediksi yang dilakukan oleh model dinilai telah memiliki *predictive relevance* (Ghozali, 2012).

f. Uji Hipotesis

Untuk menjawab hipotesis penelitian dapat dilihat *t-statistic* pada Tabel 10 berikut ini:

Tabel 10 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Keputusan	Signifikan / Tidak Signifikan
Jaringan (X1) -> Menemukan Peluang Bisnis (Y)	2.087	0.037	Tolak H_0	Signifikan
Optimisme (X2) -> Menemukan Peluang Bisnis (Y)	4.309	0.000	Tolak H_0	Signifikan

Sumber: Lampiran 4, data diolah

Hasil uji menunjukkan bahwa:

- Jaringan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap menemukan peluang bisnis dikarenakan hasil dari *T-Statistic* menunjukkan nilai 2.087 yang berarti

nilainya lebih besar dari t_{tabel} yaitu 0.67614., sehingga hipotesis dari H_1 menjadi “Jaringan mempunyai dampak yang signifikan terhadap Menemukan peluang bisnis”, sehingga dapat dinyatakan diterima.

- Optimisme memberikan pengaruh yang signifikan terhadap menemukan peluang bisnis dikarenakan hasil dari *T-Statistic* menunjukkan nilai 4.309 yang berarti nilainya lebih besar dari t_{tabel} yaitu 0.67614, sehingga hipotesis dari H_2 menjadi “Optimisme mempunyai dampak yang signifikan terhadap Menemukan peluang bisnis”, sehingga dapat dinyatakan diterima.

2) Pembahasan

a. Pengaruh Jaringan Terhadap Menemukan Peluang Bisnis

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Jaringan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap menemukan peluang bisnis dikarenakan hasil dari *T-Statistic* menunjukkan nilai 2.087 yang berarti nilainya lebih besar dari t_{tabel} yaitu 0.67614, sehingga hipotesis H_1 “Jaringan mempunyai dampak yang signifikan terhadap menemukan peluang bisnis”, dapat dinyatakan diterima. Adanya pengaruh signifikan dan positif jaringan terhadap menemukan peluang bisnis menunjukkan bahwa dalam upaya meningkatkan kemampuan menemukan peluang bisnis perlu memperhatikan sejauh mana jaringan yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan Abou-Moghli dan Al-Kasasbeh (2012) yang menyatakan bahwa pendekatan jaringan kewirausahaan yang didasarkan pada premis bahwa wirausahawan membangun hubungan dengan lingkungan eksternal, dan memerlukan sarana yang cepat namun ekonomis untuk mengakses informasi yang berbeda, untuk menentukan peluang bisnis yang potensial serta memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk memulai bisnis yang berhasil. Hasil temuan penelitian menunjukkan jaringan berpengaruh signifikan dan positif terhadap menemukan peluang bisnis yang berarti semakin baik jaringan yang dimiliki oleh *Cell Group Pro M Gereja Mawar Sharon Surabaya* maka semakin tinggi kemungkinan menemukan peluang bisnis. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anis (2012) dan Ramezanpour, Amiriyani, & Shirazi (2014) yang membuktikan bahwa jaringan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan menemukan peluang bisnis.

b. Pengaruh Optimisme Terhadap Menemukan Peluang Bisnis

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Optimisme memberikan pengaruh yang signifikan terhadap menemukan peluang bisnis dikarenakan hasil dari *T-Statistic* menunjukkan nilai 4.309 yang berarti nilainya lebih besar dari t_{tabel} yaitu 0.67614., sehingga hipotesis H_2 “Optimisme mempunyai dampak yang signifikan terhadap menemukan peluang bisnis”, dapat dinyatakan diterima. Hasil temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan positif optimisme terhadap menemukan peluang bisnis yang berarti semakin tinggi optimisme yang dimiliki oleh *Cell Group Pro M Gereja Mawar Sharon Surabaya* maka semakin tinggi juga kemungkinan menemukan peluang bisnis. Temuan dalam penelitian ini yang membuktikan bahwa optimisme berpengaruh signifikan dan positif

terhadap kemampuan menemukan peluang bisnis sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jeraj (2014) yang menemukan bahwa identifikasi peluang bisnis dapat dipengaruhi oleh optimisme.

KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Berdasarkan H_1 Jaringan berpengaruh signifikan terhadap menemukan peluang bisnis, sehingga hipotesis pertama dinyatakan diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik jaringan yang dimiliki oleh *Cell Group* Pro M Gereja Mawar Sharon Surabaya seperti kemampuannya dalam memberikan solusi ketika orang lain menghadapi kesulitan bisnis serta kemampuan dalam membangun jaringan untuk berbagi ide gagasan maka akan semakin tinggi juga kemungkinan menemukan peluang bisnis.
2. Berdasarkan H_2 Optimisme berpengaruh signifikan terhadap menemukan peluang bisnis, sehingga hipotesis kedua dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi optimisme yang dimiliki oleh *Cell Group* Pro M Gereja Mawar Sharon Surabaya seperti kemampuannya dalam mencari cara untuk memecahkan masalah dan berpikir positif dalam memandang sesuatu serta membangun hubungan yang baik dalam kondisi apapun maka akan semakin meningkatkan kesempatan untuk memperoleh peluang bisnis.

2) Saran

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat memberikan kontribusi bagi anggota yang aktif dalam *Cell Group* pada Gereja Mawar Sharon Surabaya dalam meningkatkan Jaringan dan Optimisme terhadap menemukan peluang bisnis serta bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kedepannya agar *Cell Group* Pro M Gereja Mawar Sharon Surabaya dapat meningkatkan peluang bisnis melalui variabel jaringan dengan mencoba menambah jaringan yang lebih luas, kedepannya jaringan tersebut lebih memberikan kesempatan untuk menyalurkan opini yang menjawab kebutuhan *Cell Group* Pemuda Gereja Mawar Sharon Surabaya.
2. Kedepannya agar *Cell Group* Pro M Gereja Mawar Sharon Surabaya dapat meningkatkan peluang bisnis melalui variabel optimisme dengan meningkatkan keyakinan bahwa segala sesuatu harus dilakukan dengan berpikir positif.
3. Kedepannya agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan hasil dalam penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel lainnya yang sekiranya diduga dapat mempengaruhi variabel jaringan dan optimisme terhadap menemukan peluang bisnis serta dapat menggunakan metode penelitian lainnya seperti metode kualitatif agar dapat diperoleh hasil penelitian yang jauh lebih baik dan kompleks.

DAFTAR REFERENSI

- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105–123
- Carver, C. S. (2007). *Optimisme*. Retrieved from: http://dccps.cancer.gov/brp/construct/dispositional_optimisme/disposition_optimis.pdf.
- Ferri, P. J., Deakins, D., Whittam, G. (2009). The measurement of social capital in the entrepreneurial context. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 3(2), 138 – 151.
- Hills, G.E., Lumpkin, G.T., Singh, R.P. (1997). Opportunity recognition : Perception and behaviors of entrepreneur. *Frontiers of Entrepreneurship Research*
- Hmieleski, K., & Baron, R.A. (2009). Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 5, pp. 473–488.
- Jeraj, M. (2014). The Relationship between Optimism, Pre-Entrepreneurial Curiosity and Entrepreneurial Curiosity. *Organizacija*, 47(3), 199–209. <https://doi.org/10.2478/orga-2014-0018>
- Jesnoewski, A. (2018). Four ways to identify more business opportunities. Retrieved from: <https://www.smartcompany.com.au/startupsmart/advice/business-planning/four-ways-to-identify-more-business-opportunities/>
- Karrera, M. (2017). 10 Important Benefits of Networking. Career Addict. Retrieved from: <https://www.careeraddict.com/benefits-networking>
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Liang, C. L., & Dunn, P. (2010). Entrepreneurial Characteristics, Optimisme, Realism and Pessimism: Correlation or Collision?. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22, pp. 1–22.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. 2006. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 36, pp. 132–152.
- Porter, Michael E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press
- Ramezanpour, S., Amiriyani, A., & Shirazi, A. N. M. (2014). "Investigation of the Relationship between Entrepreneurial Opportunity Recognition and Entrepreneurial Capitals", *International Journal of Asian Social Science*, pp. 598-613
- Rumijati, A. (2010). Pengaruh bakat potensi kewirausahaan dan metode pembelajaran terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Ekonomika-Bisnis*, 1(2), 187–200.
- Saragih, R. (2017). *a Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan*. 3(DESEMBER). Retrieved from <http://jklmii.org>

- Scheier, M.F., & Carver, C. S. (1985). Optimisme, Coping, and Health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology, 4*, pp. 219–247.
- Seegerstrom, S.C., & Solberg Nes, L. (2006). When Goals Conflict But People Prosper: The Case of Dispositional Optimisme. *Journal of Research in Personality, 40*, pp. 675–693.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.