

Pengaruh Gaya Kepemimpinan dalam Mempertahankan Usaha UMKM Mie Level Krisna

Wisnu Priambodo ^{1*}, M. Heru Budi S ², Alfina Miftahussonia³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan

Email wisnupriambodo@unisla.ac.id mohherubudis@unisla.ac.id alfinams364@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan dalam mempertahankan usaha UMKM Mie Level Krisna. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan analisis SOAR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tabel IFAS dan EFAS mencerminkan faktor-faktor strategis yang mendukung atau menghambat pengembangan bisnis mie pedas khas. Dengan kekuatan seperti rasa unik, variasi level kepedasan, dan lokasi strategis serta peluang dari tren makanan pedas dan potensi pasar lokal, pemilik memiliki aspirasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, kelemahan seperti keterbatasan sumber daya dan ancaman persaingan ketat perlu diatasi melalui strategi efisiensi dan inovasi. Implementasi strategi yang tepat dapat menghasilkan peningkatan pendapatan, penguatan merek, dan ekspansi bisnis ke pasar yang lebih luas.

INFORMASI ARTIKEL

Katakunci:
Gaya Kepemimpinan,
Analisis SOAR, Usaha
Kuliner, UMKM, Mie
Level.

* Korespondensi di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan
E-mail: wisnupriambodo@unisla.ac.id , mohherubudis@unisla.ac.id , alfinams364@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian, terutama di pasar negara berkembang seperti Indonesia. Bisnis-bisnis ini sering menghadapi tantangan yang signifikan dalam mempertahankan operasi mereka, termasuk persaingan, perubahan permintaan pasar, kendala keuangan, dan kebutuhan akan inovasi. Di antara tantangan tersebut, gaya kepemimpinan merupakan salah satu faktor paling berpengaruh yang dapat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan jangka panjang UMKM.

Mie Level Krisna, UMKM lokal di Indonesia, mengkhususkan diri dalam konsep bisnis unik yang menawarkan berbagai tingkat kepedasan dalam hidangan mie, melayani berbagai preferensi pelanggan. Meskipun menghadapi tekanan persaingan dari gerai makanan tradisional dan modern, Mie Level Krisna telah berhasil membangun basis pelanggan setia dan memperluas kehadirannya. Peran kepemimpinan dalam bisnis ini tidak dapat dilebih-lebihkan. Gaya kepemimpinan yang diadopsi oleh pendiri dan manajer secara signifikan berdampak pada keputusan operasional, motivasi karyawan, kepuasan pelanggan, dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Gaya kepemimpinan yang berbeda, baik otokratis, demokratis, atau laissez-faire, memiliki efek yang bervariasi pada bagaimana keputusan dibuat, bagaimana karyawan terlibat, dan seberapa efektif sumber daya digunakan untuk menanggapi tuntutan pasar.

Dalam kasus Mie Level Krisna, kepemimpinan telah memainkan peran penting dalam menavigasi melalui tantangan menjaga kualitas, mengelola kendala keuangan, dan memastikan inovasi berkelanjutan dalam industri makanan yang sangat kompetitif. Pendekatan kepemimpinan yang kuat dapat membantu memotivasi karyawan, menyelaraskan upaya mereka dengan tujuan bisnis, dan mengelola hubungan

pelanggan secara efektif. Memahami bagaimana gaya kepemimpinan mempengaruhi kemampuan Mie Level Krisna untuk mempertahankan operasionalnya di tengah tantangan eksternal sangat penting untuk mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan oleh UMKM lain di sektor serupa. Riset ini akan mengeksplorasi dampak gaya kepemimpinan terhadap kemampuan Mie Level Krisna untuk beradaptasi dengan tren pasar, mempertahankan pelanggan setia, dan memastikan pertumbuhan yang konsisten dalam lanskap UMKM yang kompetitif.

Pentingnya kepemimpinan dalam usaha kecil, terutama di sektor makanan, di mana kepuasan pelanggan dan responsivitas pasar sangat penting untuk bertahan hidup dan sukses.

Pemilik Mie Level Krisna menjelaskan bahwa ia menerapkan gaya kepemimpinan yang fleksibel, ia mendirikan usaha ini karena termotivasi dari dirinya yang suka makan mie dan akhirnya membuat usaha mie level ini yang ia fokuskan pada porsi yang lebih banyak tapi harga terjangkau. Ia juga memberi ruang bagi karyawan untuk menyampaikan pendapat, terutama terkait rasa dan pelayanan, namun tetap mengambil keputusan akhir. Dengan pendekatan ini, pemilik berusaha menciptakan suasana kerja yang terbuka, di mana semua anggota tim merasa dihargai.

Pengambilan keputusan di usaha ini sangat bergantung pada masukan pelanggan dan hasil evaluasi rutin. Sebagai contoh, penentuan level kepedasan yang disukai pelanggan atau variasi rasa baru diambil berdasarkan permintaan dan umpan balik pelanggan. Pemilik selalu mengedepankan kualitas dan kepuasan pelanggan dalam setiap keputusan yang diambil, karena baginya, menjaga loyalitas pelanggan adalah kunci keberhasilan usaha.

1. Gaya Kepemimpinan (Leadership Style)

Gaya kepemimpinan merujuk pada pola perilaku, strategi, dan pendekatan yang digunakan seorang pemimpin dalam memengaruhi, mengarahkan, dan memotivasi anggota organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Avolio, Walumbwa, & Weber (2009) mendefinisikan kepemimpinan sebagai proses dinamis yang melibatkan pengaruh sosial antara pemimpin dan pengikut dalam konteks tertentu untuk mencapai tujuan organisasi. Mereka menekankan bahwa kepemimpinan bukan hanya sifat individual, tetapi juga interaksi dan konteks.

2. Teori Kepemimpinan Transformasional

Kepemimpinan transformasional adalah gaya kepemimpinan yang menginspirasi pengikut untuk melampaui kepentingan pribadi, meningkatkan motivasi intrinsik, dan berkomitmen pada visi jangka panjang organisasi.

Menurut Bass & Riggio (2006) menyatakan bahwa kepemimpinan transformasional terdiri dari empat dimensi utama:

1. *Idealized influence*
2. *Inspirational motivation*
3. *Intellectual stimulation*
4. *Individualized consideration*
5. Relevansi untuk UMKM
6. Dalam konteks UMKM, kepemimpinan transformasional berperan penting dalam:
7. Mendorong inovasi produk
8. Meningkatkan loyalitas karyawan
9. Mempertahankan keberlanjutan usaha

Hal ini didukung oleh García-Morales et al. (2012) yang menemukan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi melalui peningkatan pembelajaran dan inovasi.

3. Teori Kepemimpinan Transaksional

Kepemimpinan transaksional menekankan hubungan pertukaran antara pemimpin dan bawahan, di mana kinerja dihargai dengan imbalan dan penyimpangan dikoreksi melalui pengawasan. Menurut Hussain et al. (2017), kepemimpinan transaksional efektif dalam menciptakan stabilitas operasional dan kejelasan peran, terutama pada organisasi kecil yang membutuhkan kontrol langsung.

1. Relevansi untuk UMKM
2. Dalam UMKM kuliner seperti Mie Level Krisna, gaya ini relevan untuk:
3. Menjaga konsistensi kualitas produk
4. Mengontrol operasional harian
5. Menegakkan disiplin kerja

4. Kepemimpinan dan Kinerja Organisasi

Menurut Ugurluoglu et al. (2018) menegaskan bahwa gaya kepemimpinan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi melalui:

1. Produktivitas karyawan
2. Efektivitas pengambilan keputusan
3. Stabilitas organisasi

Dalam UMKM, pemimpin sering berperan ganda sebagai pemilik dan manajer, sehingga gaya kepemimpinan menjadi faktor krusial dalam keberlangsungan usaha.

5. Kepemimpinan dan Keberlanjutan UMKM

Perspektif Entrepreneurship

Rauch & Frese (2007) menekankan pentingnya karakteristik personal pemimpin (owner-manager) dalam keberhasilan dan keberlanjutan usaha kecil. Kepemimpinan yang adaptif dan proaktif memungkinkan UMKM bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Kepemimpinan dan Inovasi

Menurut Ling et al. (2008) menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional mendorong corporate entrepreneurship, yaitu kemampuan organisasi untuk terus berinovasi dan mengambil peluang baru.

6. Distributed dan Adaptive Leadership

Menurut Bolden (2011) memperkenalkan konsep distributed leadership, di mana kepemimpinan tidak terpusat pada satu individu, tetapi dibagikan sesuai kompetensi. Konsep ini relevan bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya namun membutuhkan kolaborasi tinggi.

7. Pengembangan Kepemimpinan

Day et al. (2014) menyatakan bahwa pengembangan kepemimpinan adalah proses jangka panjang yang memengaruhi ketahanan organisasi. Dalam UMKM, pengembangan kepemimpinan berdampak langsung pada kemampuan usaha menghadapi krisis dan perubahan pasar.

8. Sintesis Teoretis untuk UMKM Mie Level Krisna

Berdasarkan teori-teori di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kepemimpinan transformasional berperan dalam inovasi, motivasi, dan keberlanjutan UMKM
2. Kepemimpinan transaksional penting untuk stabilitas dan kontrol operasional
3. Kombinasi kedua gaya tersebut berpotensi meningkatkan daya tahan usaha kuliner seperti Mie Level Krisna

9. Kerangka Teoretis (Narasi Singkat)

Kepemimpinan yang efektif dalam UMKM tidak hanya berfokus pada pengendalian operasional, tetapi juga pada kemampuan menginspirasi, berinovasi, dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Avolio et al., 2009; García-Morales et al., 2012). Oleh karena itu, gaya kepemimpinan menjadi determinan utama dalam mempertahankan keberlanjutan UMKM.

METHODELOGI PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana gaya kepemimpinan diterapkan dan dimaknai dalam konteks nyata UMKM, khususnya dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Menurut Creswell dan Poth (2018), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena sosial secara holistik melalui perspektif partisipan, sehingga sangat relevan untuk menelaah praktik kepemimpinan pada usaha kecil.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian: Pemilik sekaligus pengelola UMKM Mie Level Krisna, serta karyawan yang terlibat langsung dalam operasional usaha.

Objek penelitian: Gaya kepemimpinan pemilik UMKM dalam mempertahankan usaha, yang dianalisis melalui kerangka SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*). Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait kepemimpinan dan keberlangsungan usaha.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi metode untuk meningkatkan validitas temuan, meliputi:

- a) Wawancara mendalam (in-depth interview)
Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada pemilik dan karyawan untuk menggali persepsi, pengalaman, serta praktik kepemimpinan dalam menjalankan usaha.
- b) Observasi partisipatif
Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas operasional, interaksi pemimpin–karyawan, dan proses pengambilan keputusan.
- c) Dokumentasi
Dokumen pendukung seperti struktur organisasi, standar operasional prosedur (SOP), data penjualan, dan materi promosi dianalisis untuk memperkuat temuan wawancara dan observasi. Menurut Yin (2018), penggunaan berbagai sumber data dalam studi kasus memungkinkan pemahaman fenomena yang lebih komprehensif.

4. Teknik Analisis Data: Analisis SOAR

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SOAR Analysis yang berfokus pada pendekatan berbasis kekuatan dan masa depan organisasi.

4.1 Pengertian Analisis SOAR

SOAR merupakan kerangka analisis strategis yang menekankan pada:

Strengths: kekuatan internal organisasi

Opportunities: peluang eksternal

Aspirations: visi dan harapan masa depan

Results: hasil dan capaian yang diinginkan

Menurut Stavros, Cooperrider, dan Kelley (2003), SOAR berakar pada Appreciative Inquiry dan lebih berorientasi pada pengembangan organisasi dibandingkan pendekatan defisit seperti SWOT.

4.2 Tahapan Analisis SOAR

- a) *Strengths*: Mengidentifikasi kekuatan kepemimpinan pemilik UMKM, seperti kemampuan memotivasi karyawan, inovasi produk, dan keteladanan dalam bekerja.
- b) *Opportunities*: Menganalisis peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan melalui gaya kepemimpinan, seperti tren kuliner, loyalitas pelanggan, dan penggunaan media digital.
- c) *Aspirations*: Menggali visi dan tujuan jangka panjang pemilik usaha terkait pengembangan UMKM, termasuk ekspansi usaha dan peningkatan kualitas layanan.
- d) *Results*: Menilai hasil yang diharapkan dari penerapan gaya kepemimpinan, seperti peningkatan kinerja karyawan, keberlanjutan usaha, dan daya saing UMKM.

Proses analisis dilakukan melalui coding tematik, pengelompokan data, dan interpretasi makna sesuai kategori SOAR.

5. Keabsahan Data (*Trustworthiness*)

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan kriteria trustworthiness menurut Lincoln dan Guba (1985), meliputi:

Credibility: triangulasi sumber dan metode

Transferability: penyajian deskripsi konteks secara rinci

Dependability: konsistensi proses penelitian

Confirmability: objektivitas melalui audit trail

6. Teknik Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan ditarik melalui proses interpretatif dan reflektif, dengan mengaitkan hasil analisis SOAR dengan teori kepemimpinan dan keberlanjutan UMKM. Temuan penelitian diharapkan memberikan pemahaman konseptual dan praktis mengenai peran gaya kepemimpinan dalam mempertahankan usaha kecil.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan yang dimiliki oleh usaha ini terletak pada gaya kepemimpinan yang efektif dan kemampuannya dalam menciptakan budaya organisasi yang solid. Pemimpin yang adaptif dan komunikatif dapat memastikan bahwa tim bekerja dengan baik dan pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Peluang ekspansi terbuka lebar melalui penerapan teknologi digital, strategi pemasaran berbasis media sosial, dan layanan delivery online seperti GrabFood dan GoFood. Pemimpin yang visioner mampu memanfaatkan tren pasar dan melihat peluang pertumbuhan usaha.

Aspirasi usaha ini adalah untuk memperkuat posisi di pasar dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta membuka lebih banyak cabang melalui pengembangan sistem franchise. Pemimpin yang memiliki kemampuan strategis dan kepemimpinan yang kuat mampu mengarahkan usaha menuju tujuan jangka panjang tersebut.

Hasil yang dicapai meliputi peningkatan omzet sebesar 25% dalam setahun dan peningkatan tingkat kepuasan pelanggan yang mencapai 85% berdasarkan ulasan positif yang diterima. Pemimpin yang efektif dalam memimpin usaha ini mampu memotivasi karyawan untuk bekerja lebih efisien dan mengembangkan

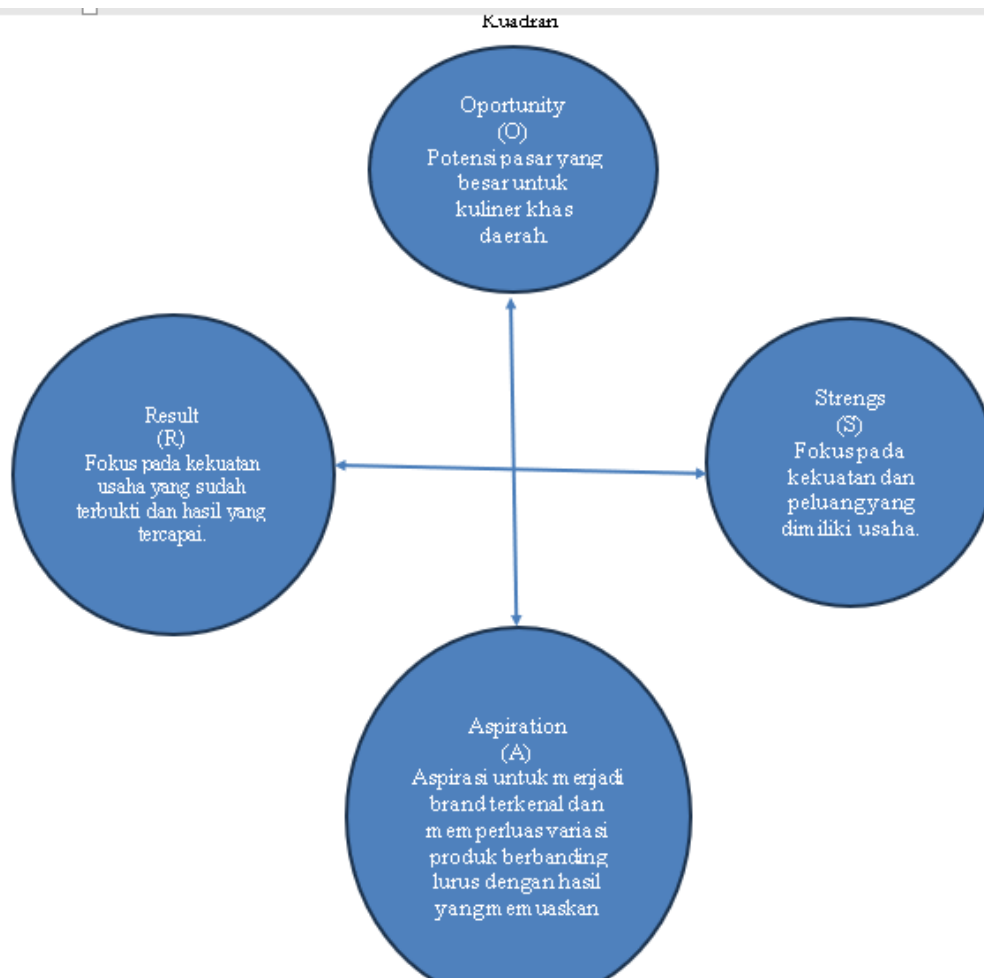
hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, yang menghasilkan dampak positif terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha UMKM.

Analisis ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana gaya kepemimpinan yang tepat dapat berkontribusi pada kekuatan internal, pemanfaatan peluang eksternal, pencapaian aspirasi jangka panjang, dan hasil yang optimal dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha UMKM.

1. Kekuatan (S)
 - Menu Pedas khas yang unik dan digemari.
 - Lokasi strategis dan Harga kompetitif.
2. Peluang (O)
 - Kolaborasi dengan Influencer makanan..
 - Tren makanan pedas terus meningkat.
3. Aspirasi (A)
 - Menjadi brand mie pedas lokal terkemuka di Indonesia.
 - Menambah variasi produk, dan membentuk komunitas pecinta makanan pedas.
4. Hasilnya (R)
 - Kepuasan pelanggan meningkat dengan testimoni positif.
 - Peningkatan Penjualan.
3. Strengths-Opportunities (SO): Mie Level Krisna memiliki kualitas produk yang konsisten dengan cita rasa yang unik dan berbeda dari kompetitor, Lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen di area ramai memberikan keuntungan tambahan, Layanan yang cepat dan ramah, menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, Keberagaman level kepedasan yang disediakan memungkinkan Mie Level Krisna menarik pelanggan dengan berbagai preferensi rasa.terjaga, Ekspansi Pasar melalui aplikasi delivery online (seperti GrabFood dan GoFood) yang semakin populer dapat meningkatkan penjualan, Tren Makanan Pedas yang terus berkembang dapat dimanfaatkan untuk lebih memperkenalkan Mie Level Krisna ke pasar yang lebih luas.
4. Kekuatan-Aspirasi (SA): Kualitas produk yang stabil dan rasa yang disukai banyak konsumen, Proses produksi yang efisien dan pelayanan yang cepat, Harga yang terjangkau, memungkinkan Mie Level Krisna menjangkau berbagai segmen pasar, Mie Level Krisna bercita-cita untuk menjadi brand ikon kuliner pedas di Indonesia dengan memperkenalkan lebih banyak cabang di berbagai kota besar, Mengembangkan usaha ke ranah franchise untuk memperluas cakupan usaha dan menjangkau pasar lebih luas.
5. Opportunities-Results (OR): Kemitraan dengan platform digital seperti GrabFood dan GoFood membuka peluang besar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan, promosi Musiman atau paket spesial pada acara-acara tertentu dapat menarik lebih banyak pelanggan, pengembangan varian produk baru seperti mie dengan rasa atau bahan yang lebih inovatif dapat menarik pasar yang lebih luas, serta Peningkatan omzet dari layanan online yang memungkinkan Mie Level Krisna menjangkau konsumen dari berbagai lokasi dan meningkatkan volume penjualan hingga 30% dalam setahun, Peningkatan loyalitas pelanggan melalui promosi dan program diskon yang menarik, serta meningkatnya jumlah pelanggan tetap yang puas dengan produk dan layanan.
6. Aspirasi-Hasil (AR): Mie Level Krisna bercita-cita untuk menjadi brand ikon kuliner pedas di Indonesia dengan memperkenalkan lebih banyak cabang di berbagai kota besar, Mengembangkan usaha ke ranah franchise untuk memperluas cakupan usaha dan menjangkau pasar lebih luas, Inovasi berkelanjutan dalam menu dan kemasan produk untuk selalu mengikuti selera konsumen, Pencapaian omzet yang meningkat sebesar 25% dalam setahun dan tingginya tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan umpan balik yang positif, Peningkatan brand awareness di media sosial dan hasil dari kampanye promosi yang sukses meningkatkan visibilitas Mie Level Krisna.

Tabel 1. Matriks SOAR

Kekuatan (Strengths)	Peluang (Opportunities)
Faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif. Contoh Mie Level Krisna memiliki kualitas produk yang konsisten dengan cita rasa yang unik dan berbeda dari kompetitor, Lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen di area ramai memberikan keuntungan tambahan, Layanan yang cepat dan ramah, menciptakan pengalaman pelanggan yang positif.	Faktor internal yang dapat meningkatkan pencapaian tujuan. Contoh: Kemitraan dengan platform digital seperti GrabFood dan GoFood membuka peluang besar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan, promosi Musiman atau paket spesial pada acara-acara tertentu dapat menarik lebih banyak pelanggan.
Aspirasi (Aspirations)	Hasil (Results)
Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan. Contoh: Mie Level Krisna bercita-cita untuk menjadi brand ikon kuliner pedas di Indonesia dengan memperkenalkan lebih banyak cabang di berbagai kota besar, Mengembangkan usaha ke ranah franchise untuk memperluas cakupan usaha dan menjangkau pasar lebih luas,	Faktor eksternal yang dapat mencapai target. Contoh: Pencapaian omzet yang meningkat sebesar 25% dalam setahun dan tingginya tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan umpan balik yang positif, Peningkatan brand awareness di media sosial dan hasil dari kampanye promosi yang sukses meningkatkan visibilitas Mie Level Krisna.



Gambar 1. Kuadran SOAR

Pemilik Mie Level Krisna mengatakan bahwa ia menerapkan gaya kepemimpinan yang fleksibel, ia mendirikan usaha ini karena termotivasi dari dirinya yang suka makan mie dan akhirnya membuat usaha mie level ini yang ia fokuskan pada porsi yang lebih banyak tapi harga terjangkau. Ia juga memberi ruang bagi karyawan untuk menyampaikan pendapat, terutama terkait rasa dan pelayanan, namun tetap mengambil keputusan akhir. Dengan pendekatan ini, pemilik berusaha menciptakan suasana kerja yang terbuka, di mana semua anggota tim merasa dihargai.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan yang fleksibel dan adaptif berpengaruh signifikan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha UMKM Mie Level Krisna. Pemilik usaha menerapkan kepemimpinan yang terbuka terhadap masukan karyawan dan pelanggan, sehingga mampu menjaga kualitas produk, menciptakan suasana kerja yang positif, serta menyesuaikan diri dengan tren pasar, khususnya tren makanan pedas. Analisis SOAR mengidentifikasi kekuatan utama berupa rasa mie yang unik, lokasi strategis, dan harga terjangkau, sedangkan peluang datang dari tren makanan pedas, kolaborasi dengan influencer, serta pemanfaatan platform digital seperti GrabFood dan GoFood. Aspirasi usaha ini adalah menjadi brand mie pedas terkemuka di Indonesia dan mengembangkan sistem franchise. Hasilnya, usaha mengalami peningkatan omzet hingga 25% dalam setahun, serta tingkat kepuasan pelanggan mencapai 85%. Dengan gaya kepemimpinan yang efektif, UMKM Mie Level Krisna berhasil memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal untuk meningkatkan kinerja, loyalitas pelanggan, dan daya saing, sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis kuliner yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Stavros, J. M., Cooperrider, D. L., & Kelley, D. L. (2003). Strategic inquiry appreciative intent: Inspiration to SOAR. *Journal of Corporate Citizenship*, 10, 39–55.
- Stavros, J. M., Godwin, L. N., & Cooperrider, D. L. (2015). Appreciative inquiry: Organization development and the strengths revolution. *Organization Development Journal*, 33(3), 5–20.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., & Weber, T. J. (2009). Leadership: Current theories, research, and future directions. *Annual Review of Psychology*, 60, 421–449.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163621>
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). Transformational leadership. *Psychology Press*. (Digunakan luas sebagai rujukan jurnal dan teori kepemimpinan UMKM)
- Bolden, R. (2011). Distributed leadership in organizations: A review of theory and research. *International Journal of Management Reviews*, 13(3), 251–269.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2011.00306.x>
- Day, D. V., Fleenor, J. W., Atwater, L. E., Sturm, R. E., & McKee, R. A. (2014). Advances in leader and leadership development. *The Leadership Quarterly*, 25(1), 63–82.
<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.11.004>
- García-Morales, V. J., Jiménez-Barrionuevo, M. M., & Gutiérrez-Gutiérrez, L. (2012). Transformational leadership influence on organizational performance. *Journal of Business Research*, 65(7), 1040–1050.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.03.005>
- Hussain, S. T., Abbas, J., Lei, S., Haider, M. J., & Akram, T. (2017). Transactional leadership and organizational creativity. *Social Sciences*, 6(1), 25. <https://doi.org/10.3390/socsci6010025>
- Ling, Y., Simsek, Z., Lubatkin, M. H., & Veiga, J. F. (2008). Transformational leadership's role in promoting corporate entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 23(5), 557–576.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2007.02.004>
- Northouse, P. G. (2019). *Leadership: Theory and practice* (8th ed.). SAGE Publications.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
<https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Ugurluoglu, O., Aldogan, E. U., & Turgut, M. (2018). The impact of leadership styles on organizational performance. *International Journal of Organizational Leadership*, 7, 1–12.
<https://doi.org/10.33844/ijol.2018.60383>