

Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Secara Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Usaha Kecil & Menengah (UKM)

Studi Pada Pelaku UKM Di Kabupaten Kebumen

Oleh:

Moh. Fatkhul Mujib (C2A308015)

Pembimbing: Dr. Ahyar Yuniawan, SE, MSi.

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2010

ABSTRACT

The theme of gender to be an interesting debate in the current era of gender equity. More interesting to discuss gender in the scope of small and medium enterprises (SME's). The purpose of this study wanted to know the entrepreneurship values and gender differences on strategy and business performance.

Variables used in this experiment were gender, the entrepreneurship values, strategy, and business performance. The method used analyze data of this study is Path Analysis. Samples taken as many as 305 samples from all SMEs in Kebumen district. This study model used Kotey's model of study in Ghana. Data type is crosssectional from survey method.

The entrepreneurship values has a dominant influence directly to performance business and indirectly on business performance through strategy to performance business. Although the owner/manager business women have a lower

entrepreneurship values than men but in practice, women have a higher performance level than men. Because women have the potential and advantages of doing business

Key words: Entrepreneurship values, strategy, business performance

PENDAHULUAN

Semenjak krisis ekonomi 1998 hingga krisis keuangan global kegiatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mampu bertahan. Ekonom kerakyatan, pejuang reformasi, atau peneliti ekonomi dari Bank Dunia hampir bulat menyepakati bahwa usaha kecil dan menengah paling tahan terhadap guncangan krisis moneter. Mulyanto (2008) berpendapat roda ekonomi Indonesia bisa bergerak sedikit demi sedikit karena keberadaannya. Oleh karena itu, menurut Radhi (2008) dalam sistem ekonomi kerakyatan, pengembangan industri pedesaan melalui usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan langkah *strategic* dalam pembangunan ekonomi bangsa.

Data Biro Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2005 menunjukkan jumlah UKM di Indonesia mencapai 43,22 juta unit. Sektor UKM di Indonesia terbukti telah menyerap 79,6 juta tenaga kerja, mempunyai andil terhadap 19,94% nilai ekspor dan 55,67% PDB (Indarti, 2007). Tambunan (2002) menjelaskan bahwa dengan diberlakukannya otonomi daerah, UKM di daerah akan menghadapi suatu perubahan besar yang sangat berpengaruh terhadap iklim berusaha/persaingan di daerah. Kotey & Meredith, (1997) menjelaskan UKM berperan dalam menyediakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan melalui kesempatan berusaha, pengembangan daerah pedesaan, menyeimbangkan pembangunan antar daerah serta (Iittunen, 2000) meningkatkan investasi dan mengembangkan jiwa kewirausahaan.

UKM di Kebumen merupakan industri yang masih tetap eksis karena kegiatan bidang ini tidak terpengaruh dengan adanya krisis. Hal ini dapat dilihat di beberapa sentra industri kecil masih tetap memproduksi seperti biasanya, dan bahkan diantaranya terdapat produk yang sangat meningkat bahkan pemasarannya ekspor, yaitu anyaman pandan (lihat Fatoni, 2009). Pada tahun 2008 tercatat terdapat 1.192 unit UKM yang dikelola pengusaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 12.700 tenaga kerja dengan nilai investasi yang tertanam sebesar 21,3 miliar.

Tabel 1.1: *Kondisi Usaha Kecil dan Menengah di Kab. Kebumen Tahun 2005-2010*

No	Uraian	Tahun					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
A	Industri						
1	Industri Besar	0	0	1	1	4	4
2	Industri Menengah	10	10	10	11	7	7
3	Industri Kecil	1192	1181	1182	1191	1201	-
4	Industri Rumah Tangga	35388	35151	35151	35099	35114	-
B	Perdagangan						
1	Pengusaha Besar	16	21	22	33	47	48
2	Pengusaha Menengah	571	615	676	676	676	707
3	Pengusaha Kecil	35331	35969	36460	36281	36261	36568

Sumber: *Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Kebumen (dalam unit), (2009)*

Pada tahun 2010 prediksi jumlah industri besar dan menengah akan tetap. Sedangkan industri kecil dan rumah tangga belum dapat diprediksi. Pada tahun 2010 pengusaha besar diprediksi naik sebanyak 31 orang. Sedangkan pengusaha kecil diprediksi naik sejumlah 287 orang. Penambahan ini diprediksi dengan adanya pengajuan SIUP dagang kecil dan menengah masing-masing 287 dan 31 orang.

Bertambahnya unit-unit usaha kecil dan menengah tidak terlepas dari peran kewirausahaan pelaku UKM. Pengalaman di negara-negara maju menunjukkan bahwa UKM adalah sumber dari inovasi produksi dan teknologi, pertumbuhan jumlah wirausahawan yang kreatif dan inovatif dan penciptaan tenaga kerja terampil dan fleksibel dalam proses produksi untuk menghadapi perubahan permintaan pasar yang cepat (Tambunan, 2002).

Berkaitan dengan gender, UKM menurut Tambunan (2002) di Negara-negara berkembang/miskin, termasuk Indonesia, banyak perempuan melakukan kegiatan ekonomi di luar rumah seperti menjadi pedagang kecil, pemilik warung dan membantu suami mengelola usaha rumah tangga semata-mata untuk menambah pendapatan keluarga. Jumlah perempuan yang terlibat sebagai wirausaha di UKM, khususnya usaha kecil di Indonesia cukup signifikan, baik sebagai pemilik atau sebagai pimpinan usaha atau sebagai manajer bersama dalam

suami. Berdasarkan data Kementerian Negara UKM dan Koperasi tahun 2008 jumlah pengusaha perempuan mencapai 23 juta unit pengusaha atau hampir 50% dari total UKM yang berjumlah 48 juta unit. Data BPS tahun 2008 juga menyebutkan angka yang hampir sama bahwa peningkatan perempuan sebagai pelaku UKM meningkat cukup signifikan, yaitu dari 40,79% pada tahun 2000 menjadi 60%-80% dari jumlah 46-49 juta pelaku UKM pada tahun 2008.

Dalam penelitian-penelitian psikologis menunjukkan bahwa perempuan lebih bersedia untuk mematuhi wewenang dan laki-laki lebih agresif, dan kemungkinan lebih besar dari pada perempuan untuk memiliki harapan atas keberhasilan (Robbins, 2007). Boohene, *et.al.* (2008) menunjukkan bahwa memang terdapat perbedaan nilai pribadi antara laki-laki dan perempuan yang mempengaruhi kinerja usaha bahwa pemilik/pengelola perempuan menunjukkan nilai kinerja yang lebih rendah. Jenis kelamin pemilik/pengelola UKM memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja. Perempuan menunjukkan kinerja yang lebih rendah dari pada laki-laki.

Namun dalam Jurnal *Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 Tahun I - 2006* menjelaskan bahwa perempuan berpotensi untuk melakukan berbagai kegiatan produktif yang menghasilkan dan dapat membantu ekonomi keluarga, dan lebih luas lagi ekonomi nasional. Perempuan sangat potensial dan memiliki kompetensi dalam pengembangan usaha kecil, menengah, maupun koperasi, baik perempuan tersebut sebagai pelaku bisnis, pengelola/pendamping, atau sebagai tenaga kerja. Tentu saja masih terus ditingkatkan kualitas dan profesionalismenya dengan peningkatan kemampuan dan keterampilannya.

Menurut survei yang dilakukan oleh *Asian Development Bank* (ADB) 2002 di Semarang dan Medan, bahwa usaha yang dipimpin oleh seorang perempuan atau oleh seorang perempuan dan laki-laki secara bersama akan lebih berhasil dari pada usaha yang hanya dipimpin oleh seorang laki-laki, sebesar 51 persen.

Tabel 1.2 : *Perbandingan Kinerja antara pemilik/pengelola UKM berdasarkan Gender Tahun 2001/2002*

Gender dari Manajer	Perempuan	Pasangan	Laki-laki
Usaha meningkat selama beberapa tahun terakhir	51%	51%	45%
Usaha menurun selama beberapa tahun belakangan	13%	19%	25%
Usaha akan meningkat dalam tahun-tahun mendatang	61%	60%	60%

Sumber: *ADB SME Development TA Tahun 2001/2002*

Kinerja usaha yang dilakukan oleh para pelaku UKM tidak terlepas dari strategi. Dalam buku-buku teori manajemen strategik pada umumnya sepakat bahwa strategi berperan terhadap kinerja usaha. Bahwa keputusan manajerial (strategi) menjadi salah satu penentu masa depan perusahaan (Muhammad, 2000). Pengaruh nilai kepribadian wirausaha terhadap prestasi perusahaan tidak hanya bersifat langsung tetapi juga secara tidak langsung, antara lain melalui penggunaan strategi fungsional (Suhairi, 2006).

Subanar (2001) berpendapat peran sang *Entrepreneur* atau wirausaha sangat mendominasi perilaku bisnis dan sangat menentukan arah masa depan bagi suatu usaha kecil dan menengah. Hodgetts dan Kuratko, 2001; Kickul dan Gundry, 2002 (dalam Boohene, et.al., 2008) menjelaskan bahwa nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan. Menurut Blackman, 2003 (dalam Boohene, et.al., 2008) mengemukakan dalam literatur menunjukkan bahwa pemilik-manajer dengan nilai-nilai kewirausahaan yang mengadopsi strategi proaktif menunjukkan kinerja lebih kuat/baik dari pada mereka yang kurang nilai-nilai kewirausahaan dengan orientasi strategi reaktif.

Peran perempuan dalam kegiatan UKM dapat dikatakan belum berpartisipasi secara aktif. Menurut daftar perusahaan UKM yang terdaftar pada dinas Perindustrian Perdagangan & Koperasi (Perindagkop) Kabupaten Kebumen, porsi peran perempuan dalam pengelolaan dan kepemilikan UKM hanya sebesar 20%. Sedangkan sisanya 80% dimiliki dan dikelola oleh laki-laki dari total UKM yang terdaftar sebanyak 243 unit usaha. Dengan kata lain, potensi perempuan

dalam melakukan perannya sebagai wirausaha di Kabupaten Kebumen belum signifikan.

Peran perempuan dalam menjalankan UKM di Kebumen sekitar 20-30 persen dari jumlah seluruh UKM yang ada di Kebumen. Awalnya, alasan perempuan melakukan kegiatan bisnis karena masih sebatas tanggung jawab pada kebutuhan keluarga. Motivasi perempuan dalam melakukan kegiatan bisnis lebih merupakan tekanan untuk menopang kebutuhan keluarga (Sutini Suderajat 2010, komunikasi personal 17 September).

Hal senada juga dijelaskan dalam rencana strategis dinas Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Masyarakat (KBPM) sebagai mitra dinas Disperindagkop Kabupaten Kebumen dalam menjalankan program pemberdayaan perempuan di sektor UKM bahwa salah satu masalah dalam agenda pembangunan, penanggulangan kemiskinan, dan kesejahteraan sosial adalah ketidaksetaraan dan keadilan gender. Laki-laki dan perempuan memiliki pengalaman kemiskinan yang berbeda. Dampak yang diakibatkan oleh kemiskinan terhadap kehidupan laki-laki juga berbeda dengan perempuan. Sumber dari permasalahan kemiskinan perempuan terletak pada budaya patriarki yang bekerja melalui pendekatan, metodologi dan paradigma pembangunan. Sistem kebijakan pemerintahan telah meminggirkan perempuan melalui kebijakan, program dan lembaga yang tidak responsif gender.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah gender mempengaruhi nilai kewirausahaan.
2. Apakah gender mempengaruhi dalam menjalankan strategi UKM.
3. Apakah gender mempengaruhi kinerja usaha.
4. Apakah nilai kewirausahaan mempengaruhi dalam pengambilan strategi.
5. Apakah nilai kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha.
6. Apakah strategi mempengaruhi kinerja usaha.

TELAAH TEORI

Gender

Menurut Ritzer (2004) tampaknya tak terbantahkan bahwa gender seseorang – laki-laki atau perempuan – berbasis biologis. Orang dipandang sekedar menampilkan perilaku yang tumbuh dari tampilan biologis mereka. Jenis kelamin (*sexiness*) jelas merupakan capaian; orang butuh bertindak dan bicara dengan satu dan lain cara agar bisa terlihat “berjenis kelamin”. Naqiyah (2005) berpendapat bahwa istilah gender dipakai untuk pengertian jenis kelamin secara non-biologis, yaitu secara sosiologis dimana perempuan direkonstruksikan sebagai makhluk yang lemah lembut sedangkan laki-laki sebagai makhluk yang perkasa. Hal yang sama juga dijelaskan bahwa gender adalah perbedaan peran, perilaku, perangai laki-laki dan perempuan oleh budaya/masyarakat melalui interpretasi terhadap perbedaan biologis laki-laki dan perempuan. Jadi gender, tidak diperoleh sejak lahir tapi dikenal melalui proses belajar (sosialisasi) dari masa anak-anak hingga dewasa.

Dalam *Perempuan dalam kemelut Gender* (2002) dijelaskan bahwa setiap masyarakat mengembangkan identitas gender yang berbeda, tetapi kebanyakan masyarakat membedakan laki-laki dan perempuan dengan maskulin dan feminim. Maskulin identik dengan keperkasaan, bergelut di sektor publik, jantan, agresif. Sedangkan feminim identik dengan lemah lembut, berkulat di sektor domestik (rumah), pesolek, pasif, dan lemah. Fakih (1996) mengemukakan konsep gender yakni suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki dan perempuan yang dikonstruksikan secara sosial maupun kultural. Misalnya, bahwa perempuan itu dikenal dengan lemah lembut, cantik, emosional, atau keibuan. Sementara laki-laki dianggap kuat, rasional, jantan, dan perkasa.

Menurut Naqiyah (2005) perempuan adalah manusia yang mempunyai potensi untuk tumbuh dan berkembang. Sebagai manusia ia lahir dengan naluri untuk sukses dan terus maju dalam kehidupan yang ditempuhnya. Posisi perempuan yang selama ini menjadi nomor dua (*women is second sex*) akan mengebiri dan menindas perempuan. Secara sosiokultural, perempuan dibatasi oleh budaya patriarkat yang kukuh dan tidak mudah merobohkannya.

Naqiyah (2005) menjelaskan bahwa secara ideal, perempuan menginginkan keadilan dan persamaan peran pada segala dimensi kesehariannya, seperti politik, ekonomi, dan sosial. Harapan itu sepertinya hanya sebatas mimpi yang sulit diwujudkan. Pada dimensi sosial, perempuan sering kali tersubordinasi oleh realitas yang meminggirkan perannya di wilayah publik. Ketidaksetaraan muncul di permukaan masyarakat tatkala perempuan menikah dan harus mengerjakan pekerjaan domestik, serta pengabaikan peran publik. Bahkan pada kasus pernikahan dini, perempuan tidak memiliki kecakapan hidup (*life skill*) yang memadai untuk berperan aktif pada tataran relasi sosial. Banyaknya perempuan berpendidikan rendah menambah problem pengangguran kerja karena potensinya tenggelam oleh keterbatasan yang memasung kreativitasnya. Pasungan itu bisa diciptakan oleh dirinya atau muncul dari proteksi orang dekatnya. Seperti, *masochisme* adalah bentuk menyakiti diri sendiri agar memperoleh kesenangan. Posisi perempuan menjadi tertekan dengan mengandalkan sifat cinta secara berlebihan dan mengorbankan banyak waktu untuk merenungi, merefleksi, dan melarutkan diri pada kesadaran pasif.

Budaya di masyarakat desa memandang perempuan sebagai orang kelas dua, maka prioritas utama pendidikan diberikan sepenuhnya kepada anak laki-laki untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi. Karakter masyarakat yang terpinggirkan akan mudah kehilangan semangat berjuang (*unconsciousness motivation*) untuk memperbaiki kualitas hidupnya (Naqiyah, 2005).

Mulyanto (2006) mengemukakan bahwa dalam kehidupan masyarakat Asia Tenggara, perempuan adalah penguasa dapur. Artinya, perempuan menguasai pengelolaan keuangan, redistribusi pendapatan, dan alokasi konsumsi. Latar sosial-budaya inilah yang bisa menjawab pertanyaan mengenai hubungan perempuan dengan usaha kecil. Keterlibatan perempuan dalam usaha kecil didorong oleh beragam alasan. Djamal (2000) menemukan bahwa 80 persen perempuan yang disurveinya beralasan membantu suami dan rumah tangga. Sing, dkk., 2000 menemukan bahwa lebih dari 56 persen menyebutkan memperoleh pendapatan tambahan sebagai alasan memasuki usaha kecil, dan selebihnya

menjawab ingin mandiri. Van Velzen, 1990 menyatakan Warisan dari orang tua juga alasan yang melatari keterlibatan perempuan (dikutip oleh Mulyanto, 2006).

Mulyanto (2006) mengatakan gender dan kegiatan usaha seringkali tidak bisa diabaikan keterkaitannya. Beberapa jenis usaha sangat beraroma gender. Tambunan (2006) menjelaskan ada perbedaan antara pengusaha perempuan dan pengusaha laki-laki, yang ditentukan terutama oleh budaya dan aspek-aspek yang menyentuh seperti penilaian sosial/masyarakat umum terhadap perempuan karier, beban rangkap (sebagai ibu rumah tangga dan pelaku bisnis) dan keterbatasan mobilitas. Misalnya, menurut Abbott, Cieri, dan Iverson (1998) dalam Harsiwi (2007) menjelaskan meski konflik pekerjaan dan keluarga disadari masalah bagi kaum pria maupun wanita, namun masalah tersebut tetap saja memberikan tanggung jawab tambahan bagi wanita yang memiliki keluarga dan bekerja. Seorang wanita profesional yang telah menikah dan memiliki status karier yang sama dengan suaminya, tetap menghadapi pola tradisional yang tidak seimbang dalam tugas menjaga anak dan pekerjaan rumah tangga sehari-hari seperti yang dikutip oleh Vinokur, pierce, dan Buck, 1999 dalam Harsiwi (2007).

Dari uraian diatas bahwa perempuan terhambat oleh struktur-struktur sosial dalam penciptaan dan pengelolaan bisnis mereka. Jelas, lingkungan budaya, ekonomi, dan sosial memiliki pengaruh pada nilai-nilai kewirausahaan antara pemilik/pengelola UKM yang kemudian berimplikasi pada kinerja usaha mereka.

Naqiyah (2005) namun, perempuan bisa saja berperan pada sektor kerja yang didominasi laki-laki, seperti berhubungan dengan mesin, kalau ia memang kapabel di dalam bidangnya. Seiring dengan nyanyian pembebasan yang terus didengungkan dan ditabuhnya beduk persaingan yang sehat memerlukan upaya lebih serius dari perempuan.

Nilai Kewirausahaan

Robbins (2007) menjelaskan dalam menjalankan bisnis, nilai mengandung unsur pertimbangan yang mengembangkan gagasan-gagasan seorang pribadi atau sosial lebih dipilih dibandingkan dengan bentuk perilaku atau atau bentuk akhir keberadaan perlawanan atau kebaikan. Nilai penting untuk dipelajari perilaku

organisasi karena nilai menjadi dasar untuk memahami sikap dan motivasi serta karena nilai mempengaruhi persepsi kita.

Menurut Suhairi (2006) salah satu sumber yang unik yang dimiliki sebuah perusahaan skala kecil dan menengah adalah nilai kepribadian seseorang wirausaha, yakni nilai-nilai kepribadian yang melekat pada diri seseorang pemilik yang sekaligus juga pimpinan dari sebuah perusahaan. Pada umumnya nilai yang dianut dalam menjalankan bisnis adalah nilai-nilai kewirausahaan. Suryana, (2006) menjelaskan bahwa kewirausahaan (*enterpreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Menurutnya, proses kreatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif, yaitu orang yang memiliki jiwa, sikap, dan perilaku kewirausahaan, dengan ciri-ciri; (1) penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab; (2) memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif; (3) memiliki motif berprestasi, indikatornya terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan; (4) memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak; (5) berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (oleh karena itu menyukai tantangan).

Sukirno (2006) menjelaskan definisi kewirausahaan dalam aspek psikologi, yakni sifat kewirausahaan dikaitkan dengan perilaku diri yang lebih cenderung kepada fokus dari dalam diri (dimana keberhasilan dicapai dari hasil kekuatan dan usaha sendiri, bukan karena faktor nasib). Ini termasuk sifat-sifat pribadi seperti tekun, rajin, inovatif, kreatif, dan semangat yang terus menerus berkembang untuk bersikap independen.

Berbagai hasil penelitian antara lain yang dilakukan oleh Departemen Koperasi dan UKM tahun 1996 menyebutkan bahwa kewirausahaan merupakan kunci dari keberhasilan UKM. Keberhasilan UKM sukses ternyata tidak hanya karena keahlian yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain jiwa kewirausahaan dan kreativitas individual yang melahirkan inovasi (Budiretnowati, 2008).

Perusahaan kecil tidak dapat dipisahkan dengan kewirausahaan. Kegiatan seorang wirausaha sering dikaitkan dengan perusahaan kecil, dan hal itu disebabkan karena ciri yang ada pada seorang wirausahawan yang dikatakan tidak dapat bekerja di dalam organisasi besar (Sukirno, 2006).

Afiah (2009) menjelaskan bahwa salah satu program peningkatan kapabilitas UKM yang sering dilaksanakan dalam rangka peningkatan kemampuan SDM adalah pengembangan kewirausahaan pengusaha UKM. Pengembangan kewirausahaan bertujuan untuk meningkatkan kemandirian usaha, kemampuan bisnis, dan jiwa kepemimpinan dalam sektor UKM, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kualitas operasional UKM.

Hall dan Kelly, Haar dan Moini, (dikutip oleh Tambunan, 2002) menjelaskan sejumlah studi menemukan bahwa sikap, nilai, persepsi mengenai resiko, belajar terus menerus, keahlian manajerial, pemasaran dan dalam proses produksi (termasuk teknologi), ketersediaan sumber daya produksi (termasuk keuangan), penyesuaian terhadap struktur organisasi, dan ketersediaan informasi dan penggunaannya yang efektif, merupakan faktor-faktor internal yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberhasilan ekspor.

Strategi

Alwi (2001) berpendapat bahwa banyak variasi mengenai definisi strategi dalam manajemen strategis jika dilihat dari fokusnya. Tetapi intinya adalah sama yaitu strategi adalah rencana. Strategi menurut James (dalam Alwi, 2001) merupakan pola atau rencana yang menintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan, urutan-urutan aksi ke dalam keseluruhan yang saling terkait. Menurut Handoyo (2001) strategi adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai kinerja yang diharapkan.

Menurut Glueck & Jauch (1992), strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran). Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Menurut Strickland (dalam Winardi, 2004) strategi organisasi terdiri dari tindakan-tindakan dan pendekatan-pendekatan bisnis, yang diterapkan oleh pihak manajemen guna mencapai kinerja keorganisasian yang ditetapkan sebelumnya. Siagian (2000) menjelaskan bahwa dalam membahas tahap implementasi suatu strategi pada dasarnya menyoroti tiga tahap yang sangat penting, yaitu:

- a. Mengidentifikasi sasaran tahunan yang berperan sebagai “pemandu” dalam proses implementasi karena merupakan rincian sasaran jangka pendek yang spesifik diangkat dari sasaran jangka panjang.
- b. Merumuskan strategi dalam berbagai bidang fungsional yang merupakan terjemahan strategi dasar pada tingkat satuan bisnis yang dikelola menjadi rencana bagi bagian-bagian satuan bisnis yang bersangkutan.
- c. Merumuskan dan mengkomunikasikan berbagai kebijaksanaan untuk digunakan sebagai penuntun bagi para manajer operasional beserta para bawahannya dalam pengambilan berbagai keputusan operasional dalam rangka implementasi berbagai strategi yang telah ditetapkan oleh manajemen pada tingkat yang lebih tinggi.

Menurut McCarthy (2003) menjelaskan strategi tidak terlalu formal dalam perusahaan-perusahaan kecil yang berasal dari pemilik/pengelola sebagai kunci pembuat keputusan. Schindehutte dan Morris (2001) menjelaskan bahwa karena perusahaan kecil biasanya tidak memiliki pernyataan tertulis dalam pembuatan strategi, strategi mereka disimpulkan dari pola perkembangan perilaku pemilik/pengelola dan alokasi sumber daya. Karena perusahaan kecil biasanya tidak memiliki pernyataan strategi secara tertulis, strategi mereka disimpulkan dari pola perkembangan perilaku pemilik/pengelola dan alokasi sumber daya (dalam Boohene, *et al.* 2008).

Umumnya, menurut Glueck & Jauch (1992) dalam usaha kecil atau bisnis yang memfokuskan diri pada satu produk atau jenis layanan, maka strategi “tingkat perusahaan” melayani keseluruhan perusahaan. Strategi ini dilaksanakan di tingkat yang lebih bawah, berupa strategi fungsional. Menurut Siagian (2000) strategi berbagai bidang fungsional lebih memperjelas makna dan hakikat suatu strategi dasar dengan identifikasi rincian yang sifatnya spesifik tentang bagaimana

para manajer harus mengelola bidang-bidang fungsional tertentu di masa yang akan datang. Dengan kata lain, strategi berbagai bidang fungsional sesungguhnya merupakan terjemahan pemikiran – dalam hal ini strategi dasar - kepada berbagai tindakan yang diarahkan kepada pencapaian berbagai sasaran tahunan melalui pengorganisasian dan penyelenggaraan aktivitas operasional sehari-hari dari seluruh komponen dan unsur organisasi yang bersangkutan.

Oleh karenanya, Siagian (2000) berpendapat bahwa tidak ada pilihan lain bagi manajemen kecuali mengembangkan berbagai strategi fungsional dengan memberikan perhatian utama pada bidang-bidang fungsional yang penting seperti, strategi pemasaran, keuangan, produksi, penelitian, dan pengembangan sumber daya manusia.

Menurut Miles & Snow, 1978 (dalam Darmawan, 2004) bahwa pengusaha kecil dan menengah (UKM) penting memahami tipe strategi yang dipandang mampu meningkatkan kinerja usahanya dalam menghadapi situasi yang penuh ketidakpastian. Berdasarkan beberapa penelitian di luar negeri, ditemukan banyak faktor yang bisa menghubungkan kesuksesan UKM dengan Tipologi Strategi Miles dan Snow, yang terdiri dari empat tipe strategi, antara lain : strategi *prospektor*, *defender*, *analyzer*, dan *reaktor*. Berikutnya keempat tipe strategi ini bisa dikelompokkan lagi menjadi dua yaitu: strategi reaktif dan proaktif.

Selanjutnya dikatakan oleh Strickland (1996) strategi suatu perusahaan, secara tipikal merupakan bauran yang terdiri dari: (1) tindakan-tindakan yang dilaksanakan secara sadar dan yang ditujukan ke arah sasaran tertentu; (2) tindakan-tindakan yang diperlukan guna menghadapi perkembangan-perkembangan yang tidak diantisipasi, dan karena tekanan-tekanan kompetitif yang dilancarkan. Perlu diingatkan bahwa strategi memiliki sifat proaktif (diintensifikasi) dan reaktif (adaptif) (dalam Winardi, 2005).

Menurut Miller dan Friesen, 1978 (dalam Handoyo, 2001) memberikan istilah proaktif bagi perusahaan yang membentuk pasar dengan memperkenalkan produk baru, teknologi baru, teknik administrasi baru, dan perusahaan yang reaktif bagi perusahaan melakukan respon, reaksi atau tindakan bilamana pesaing melakukan tindakan.

Kinerja Usaha

Madura (2001) menjelaskan bahwa kinerja bisnis dilihat dari sudut pemilik usaha yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan memusatkan diri pada dua kriteria untuk mengukur kinerja perusahaan: 1) imbalan atas penanaman modalnya dan 2) risiko dari penanaman modal mereka. Karena strategi bisnis yang harus dilaksanakan oleh manajer harus ditujukan untuk memuaskan pemilik bisnis. Para manajer harus menentukan bagaimana strategi bisnis yang bermacam-macam akan mempengaruhi imbalan atas penanaman modal perusahaan dan risikonya.

Menurut Mulyadi (1997) informasi akuntansi yang dipakai sebagai ukuran kinerja manajer pusat pendapatan adalah pendapatan. Sedangkan informasi yang dipakai sebagai ukuran kinerja manajer pusat adalah biaya. Begitu pun dengan pusat laba. Pusat laba adalah pusat pertanggungjawaban yang manajernya diberi wewenang untuk mengendalikan pendapatan dan biaya pusat pertanggungjawaban tersebut. Karena laba, yang merupakan selisih antara pendapatan dan biaya, tidak dapat berdiri sendiri sebagai ukuran kinerja pusat laba, maka laba perlu dihubungkan dengan investasi yang menghasilkan laba tersebut. Umumnya, mengukur kinerja pusat laba digunakan dua ukuran yang menghubungkan laba yang diperoleh pusat laba dengan pusat investasi yang digunakan untuk menghasilkan laba: *Return On Investment* (ROI) dan *Residual Income* (RI). Ukuran yang lain dapat digunakan untuk mengukur kinerja manajer pusat laba adalah produktivitas.

Mulyadi (1997) menjelaskan bahwa organisasi pada dasarnya dijalankan oleh manusia, maka penilaian kinerja sesungguhnya merupakan penilaian atas perilaku manusia dalam menjalankan peran yang mereka mainkan di dalam organisasi. Menurut Wibisono (2006) evaluasi kinerja merupakan penilaian kinerja yang diperbandingkan dengan rencana atau standar-standar yang telah disepakati. Marconi & Siegel (dalam Mulyadi, 1997) berpendapat penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi, dan karyawannya berdasarkan sasaran, standard, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai batasan yang bervariasi. Disperindagkop Kabupaten Kebumen mengacu UU No. 9 tahun 1995 dalam mengklasifikasikan UKM, yaitu:

- a. Kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 miliar.
- c. Milik Warga Negara Indonesia (WNI)
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai usaha besar.
- e. Bentuk usaha orang per orang, badan usaha berbadan hukum/tidak, termasuk koperasi.
- f. Untuk sektor industri, memiliki total aset maksimal Rp 5 miliar.
- g. Untuk sektor non industri, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 600 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), atau memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 3 miliar pada usaha yang dibiayai.

Standard yang digunakan dinas Perindagkop Kabupaten Kebumen mengklasifikasikan UKM sesuai UU No 9 Tahun 1995 yang berdasarkan investasi perusahaan. Investasi tersebut sebagai berikut:

Tabel 2.1 : *Kriteria Usaha Rumah Tangga, Kecil, Menengah, dan Besar*

Kelompok Usaha	Kriteria
Usaha Rumah Tangga	: < 5 juta
Usaha Kecil	: 5 – 200 juta
Usaha Menengah	: 201juta – 1 milyar
Usaha Besar	: > 1 milyar

Sumber: *Depkumham, (2008)*

KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam perekonomian nasional. Dalam konteks otonomi daerah, UKM merupakan ujung tombak dalam menjalankan perekonomian daerah. Maka penelitian ini menjadi penting dengan mempersoalkan antara pengaruh gender dan nilai kewirausahaan, dalam mempengaruhi strategi dan kinerja UKM.

Hubungan Gender dengan Nilai Kewirausahaan

Dalam *Perempuan dalam kemelut Gender*, (2002) menjelaskan bahwa setiap masyarakat mengembangkan identitas gender yang berbeda, tetapi kebanyakan masyarakat membedakan laki-laki dan perempuan dengan maskulin dan feminim. Maskulin identik dengan keperkasaan, bergelut di sektor publik, jantan, dan agresif.

Menurut Hodgetts dan Kuratko (2001); Kickul dan Gundry (2002) dan Schein (1973) nilai-nilai kewirausahaan merupakan prasyarat yang sangat berhubungan dengan maskulinitas. Nilai-nilai tersebut yaitu, kreativitas, pengambilan resiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan (dalam Boohene, *et al.* 2008). Sebaliknya, dalam *Perempuan dalam kemelut Gender* (2002) feminim identik dengan lemah lembut, berkulat di sektor domestik (rumah), pesolek, pasif, dan lemah. Artinya, perempuan kurang identik dengan nilai-nilai kewirausahaan dan mempengaruhi nilai kewirausahaan yang dianut perempuan lebih rendah dari pada laki-laki.

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁. Pemilik/pengelola UKM perempuan menunjukkan nilai-nilai kewirausahaan lebih rendah dibandingkan dengan pemilik/pengelola UKM laki-laki.

Hubungan Gender dengan Strategi

Menurut Kotey (2008) bahwa pemilik-manjer perempuan berperilaku berbeda dengan pemilik-manajer laki-laki dan kemudian beberapa faktor unik perempuan mempengaruhi strategi yang mereka lakukan dan akhirnya

mempengaruhi kinerja usaha mereka. Robbins (2007) penelitian-penelitian psikologis menunjukkan bahwa wanita lebih bersedia untuk mematuhi wewenang dan pria lebih agresif dan kemungkinan lebih besar dari pada wanita untuk memiliki harapan atas keberhasilan, namun perbedaan-perbedaan itu tidak besar.

Berbeda dengan laki-laki, Kotey (1994) menjelaskan bahwa nilai-nilai seperti kesetaraan, kasih sayang, perlindungan sosial dan kasih sayang, digambarkan sebagai konservatif dengan tipe strategi yang reaktif dan Schein (1973) umumnya terkait dengan keperempuanan. Sedangkan laki-laki yang identik dengan keperkasaan, bergelut di sektor publik, jantan, agresif digambarkan dengan tipe strategi yang proaktif.

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂. Pemilik/pengelola UKM laki-laki lebih proaktif dalam menjalankan strategi dari pada pemilik/pengelola UKM perempuan yang reaktif.

Hubungan Nilai Kewirausahaan terhadap Strategi

Menurut Kotey & Meredith 1997; Olson & Currie, 1992 (dalam Boohene, *et al.* 2008) dalam perusahaan kecil, pilihan strategi diimplementasikan berdasar tujuan pribadi dan keinginan pemilik/pengelola yang didasarkan pada nilai-nilai pribadi mereka.

Hodgetts & Kuratko, 2001; Kickul & Gundry, 2002 (dalam Boohene, *et al.* 2008) berpendapat nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi yang proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan, meliputi kreativitas, pengambilan resiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan.

Sebaliknya, Kotey, 1994 (dalam Boohene, *et al.* 2008) berpendapat, nilai-nilai kesetaraan, kasih sayang, perlindungan sosial dan kasih sayang digambarkan sebagai strategi konservatif dan dengan terkait tipe yang reaktif. Dan, menurut Schein, hal tersebut umumnya terkait dengan keperempuanan.

Suhairi (2006) mengemukakan bahwa sifat kepribadian seorang wirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap strategi bisnis. Berdasarkan

permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃. Nilai kewirausahaan secara positif mempengaruhi penerapan strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM menjadi lebih proaktif.

Hubungan Strategi terhadap Kinerja Usaha

Suryana (2001) menjelaskan bahwa pada usaha kecil, manajer yang mengoperasikan perusahaan adalah pemilik, majikan, dan investor yang mengambil berbagai keputusannya secara mandiri. Boohene *et. al.*, (2008) mengemukakan bahwa kemampuan untuk merumuskan dan menerapkan strategi yang efektif memiliki pengaruh besar terhadap kelangsungan hidup atau kegagalan usaha kecil. Kinerja perusahaan pada gilirannya ditentukan oleh strategi-strategi yang diadopsi oleh pemilik/pengelola. Suryana (2006) berpendapat bahwa tidak dapat disangkal lagi bahwa kesinambungan hidup perusahaan sangat tergantung pada ketahanan wirausaha dalam meraih keunggulan bersaing melalui strategi yang dimilikinya.

Covin, *et al.*, 1990 (dalam Boohene, *et al.* 2008) literatur tentang strategi perencanaan dan kinerja perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang menginvestasikan waktu secara proaktif dalam mengembangkan strategi-strategi menunjukkan tingkat kinerja yang lebih tinggi dari pada perusahaan yang kurang proaktif dalam dalam mengembangkan strategi, tetapi bereaksi terhadap lingkungan mereka.

Suhairi (2006) menyimpulkan bahwa strategi bisnis juga mempunyai pengaruh positif terhadap prestasi perusahaan. Darmawan (2004) mengemukakan bahwa strategi tidak saja dibutuhkan oleh suatu organisasi yang menitikberatkan pada *profit oriented* saja, namun juga bagi organisasi *non-profit oriented* seperti rumah sakit, universitas, gereja, pemerintah daerah, perpustakaan dan lembaga sosial lainnya. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang mempunyai strategi yang jelas atau formal, lebih unggul (*outperformed*) kinerjanya dibanding dengan organisasi tanpa atau tidak terformulasikan dengan jelas strateginya (reaktif).

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄. Strategi bisnis mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UKM.

Hubungan Nilai Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

Suhairi (2006) menyatakan bahwa sifat kepribadian seorang wirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap prestasi perusahaan. Sebaliknya, seseorang yang tidak mempunyai nilai kewirausahaan terdapat pengaruh negatif terhadap kinerja usaha.

Suhairi (2006) juga membuktikan bahwa sifat kepribadian seorang wirausaha mampu mempengaruhi variasi prestasi perusahaan. Sifat kepribadian yang tinggi seperti lokus pengawasan internal yang tinggi, kesediaan menanggung resiko yang tinggi, keperluan berprestasi yang tinggi, selalu berusaha untuk memperbaiki diri ke arah yang lebih baik dengan merubah tata cara mengelola usaha. Prestasi usaha yang dikelola oleh wirausaha yang memiliki sifat wirausaha yang tinggi akan lebih baik dan tinggi dibanding dengan usaha yang dikelola oleh wirausaha yang memiliki sifat kepribadian wirausaha yang rendah.

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅. Nilai kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UKM.

Hubungan Gender terhadap Kinerja Usaha

Menurut Robbins (2007) bukti menunjukan bahwa tempat terbaik untuk memulai adalah dengan pengakuan bahwa terdapat hanya sedikit, jika ada, perbedaan penting antara pria dan wanita yang akan mempengaruhi kinerja mereka. Penelitian-penelitian psikologis menunjukan bahwa wanita lebih bersedia untuk mematuhi wewenang dan pria lebih agresif dan kemungkinan lebih besar dari pada wanita untuk memiliki harapan atas keberhasilan, namun perbedaan-perbedaan itu tidak besar.

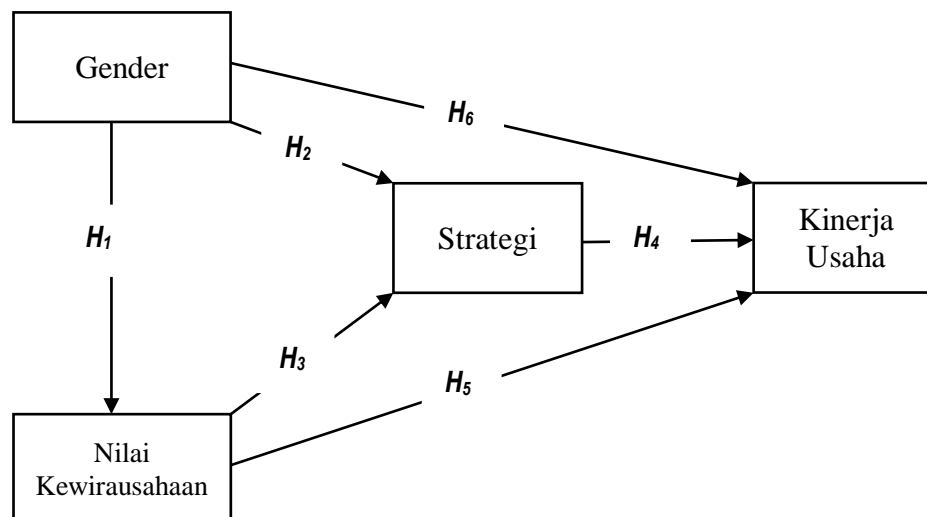
Mulyanto (2006) menjelaskan bahwa gender dan kegiatan usaha seringkali tidak bisa diabaikan keterkaitannya. Beberapa jenis usaha sangat beraroma gender. Menurut Tambunan (2002) perempuan di UKM bekerja lebih keras dengan jam kerja yang lebih panjang dibandingkan rekan laki-laki mereka namun di pihak lain, perempuan sering juga dianggap kurang berani mengambil resiko, sehingga implikasinya adalah bahwa usaha-usaha yang dipimpin oleh perempuan bersifat kurang dinamik.

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₆. Tingkat kinerja bisnis pemilik/pengelola UKM perempuan lebih rendah dari pada pemilik/pengelola UKM laki-laki.

Gambar berikut menyajikan model hubungan antara gender, nilai kewirausahaan, strategi, dengan kinerja usaha.

Gambar 2.1: Model hubungan gender, nilai kewirausahaan, strategi, dan kinerja usaha.



Sumber: *Boohene, et.al.* (2008).

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan empat variabel, yakni Gender, Nilai Kewirausahaan, Strategi, dan Kinerja Usaha. Keempat variabel tersebut diukur menggunakan instrumen penelitian yang dikembangkan oleh Boohene, *et. al.* (2008).

1. Gender

Gender dibedakan berdasarkan identitas biologis jenis kelamin yang melekat pada manusia, yakni laki-laki dan perempuan. Gender diukur menggunakan skala kategoris (*category scale*). Angka 0 untuk laki-laki dan 1 untuk perempuan.

Laki : 0 Perempuan: 1

2. Nilai Kewirausahaan

Hodgetts dan Kuratko (2001) Kickul dan Gundry (2002) menjelaskan bahwa nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan, meliputi kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi dan kemerdekaan (dalam Boohene, *et.al.* 2008). Nilai kewirausahaan memiliki 12 item pertanyaan, yaitu:

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| 1. Pengambil Resiko | 7. Berkemampuan |
| 2. Pengembangan Diri | 8. Ulet |
| 3. Inovasi | 9. Mempunyai impian |
| 4. Kebutuhan berprestasi | 10. Logis |
| 5. Ambisius | 11. Tanggung jawab |
| 6. Wawasan luas | 12. Percaya diri |

Setiap instrumen variabel akan mendapatkan bobot penilaian dengan menggunakan skala likert dari 0 sampai 5. Skala Likert ini digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam poin skala dengan interval yang sama. Responden diminta memberikan pendapatnya mengenai pentingnya nilai kewirausahaan dalam menjalankan usahanya.

3. Strategi

Boohene *et. al*, (2008), Hlland (1999), dan Selvin's (1989) memberikan definisi strategi secara operasional adalah strategi bidang fungsional, yaitu: strategi perencanaan, strategi keuangan, strategi sumber daya manusia, strategi operasi, strategi pemasaran, dan strategi teknologi & informasi. Definisi operasional strategi dijabarkan dalam pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan strategi fungsional, yaitu:

- a) Strategi Perencanaan
 - 1) Menentukan tujuan bisnis.
 - 2) Membuat keputusan dalam mencapai tujuan bisnis.
 - 3) Membuat perubahan pada perencanaan bisnis.
 - 4) Membandingkan kinerja dengan tujuan bisnis.
- b) Strategi Keuangan
 - 1) Menyimpan catatan sesuai kinerja bisnis.
 - 2) Memeriksa dengan ketat pada catatan biaya.
 - 3) Membandingkan kinerja bisnis (antara keuntungan & penjualan) dengan pesaing.
 - 4) Membandingkan kinerja bisnis (antara keuntungan & penjualan) dengan rata-rata industri.
- c) Strategi Sumber Daya Manusia
 - 1) Menggunakan sumber media untuk merekrut karyawan
 - 2) Menggunakan sejumlah teknik tertentu dalam memilih karyawan.
 - 3) Memanfaatkan/menggunakan berbagai metode dalam menilai karyawan.
 - 4) Memberikan variasi insentif untuk memotivasi karyawan.
- d) Strategi Operasi
 - 1) Membayar karyawan sesuai dengan upah minimum.
 - 2) Membayar karyawan diatas gaji yang kompetitif.
 - 3) Memelihara peralatan secara berkala.
 - 4) Menjaga persediaan barang dengan aman.
- e) Strategi Pemasaran

- 1) Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.
 - 2) Menyururuh pabrik memperbaiki produk.
 - 3) Memperbaiki produk dalam pasaran.
 - 4) Mencari cara lain untuk memperbaiki produk di pasaran.
 - 5) Menjual dengan cara borongan.
- f) Strategi Teknologi & Informasi
- 1) Menggunakan sistem aplikasi akuntansi.
 - 2) Menggunakan sistem data base.
 - 3) Menggunakan jaringan lokal.
 - 4) Menggunakan jaringan luar.

Masing-masing pertanyaan diukur dengan menggunakan skala likert 0-5. Dari 'tidak pernah' sampai 'selalu' dalam menggunakan strategi fungsional.

4. Kinerja Usaha

Kinerja usaha merupakan modifikasi dari keinginan untuk memenuhi tujuan bisnis, yaitu tingkat pentingnya tujuan-tujuan bisnis dengan penilaian atas tujuan-tujuan bisnis, yaitu kepuasan dengan pencapaian tujuan. Sembilan item definisi operasional kinerja usaha:

- a) Tingkat penjualan.
- b) Penciptaan lapangan kerja/job.
- c) Tingkat stabilitas usaha.
- d) Tingkat keuntungan.
- e) Kontribusi terhadap pengembangan/pembangunan masyarakat.
- f) Pertumbuhan organisasi.
- g) Industri *leadership* atau penguasaan pasar.
- h) Pendapatan untuk keluarga.
- i) Biaya operasi yang rendah.

Responden diminta menilai tujuan dari kinerja perusahaannya berdasarkan skala likert 0-5 mulai dari sangat rendah sampai sangat tinggi. Kemudian, responden diminta untuk menilai kinerja UKM yang dijalankannya. Dari mulai 1 : 'Sangat Tidak Puas' sampai 7 : 'Sangat Puas'. Variabel kinerja

usaha dihitung dengan mengkalikan antara tujuan dari kegiatan bisnis dengan penilaian atas kepuasan kinerja yang telah dilakukan oleh pemilik/pengelola UKM.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti (Hasan, 2002). Populasi penelitian ini adalah UKM yang terdapat di Kabupaten Kebumen. Populasi tersebut menurut Disperindagkop Kabupaten Kebumen diperkirakan 1.285 unit UKM.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2002). Menurut Jogiyanto (2004) bahwa sampel yang baik harus memenuhi dua buah kriteria, yaitu akurat dan presisi. Akurat adalah sampel yang tidak bias. Sedangkan presisi adalah kesalahan pengambilan sampel (*sampling error*) yang rendah. Rumus yang digunakan dalam menentukan banyaknya sampel dengan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Yamane (1976) dalam Pramono (2007), Supramono dan Utami (2003), Hasan (2002) yaitu;

$$n = \frac{N}{(Nd^2) + 1}$$
$$n = \frac{1285}{(1285)(0.05)^2 + 1}$$
$$n = 305.04$$

Keterangan:

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

d: tingkat presisi ±5% dengan tingkat kepercayaan 95%

Oleh karena itu, penelitian ini pengambilan sampel sebanyak 305 unit UKM. Sebanyak 15 usaha berskala menengah sedangkan sisanya adalah berskala kecil. Sebanyak 214 sampel adalah sampel pemilik/pengelola laki-laki. Sedangkan sebanyak 91 adalah sampel berjenis kelamin perempuan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah data primer (*crosssectional*) yang diperoleh dari setiap responden dengan teknik survei. Responden merupakan pemilik/pengelola UKM yang terdaftar pada Disperindagkop Kabupaten Kebumen dan pemilik/pengelola yang tidak terdaftar pada Disperindagkop Kabupaten Kebumen per 2009.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jogiyanto (2004) menjelaskan bahwa pengambilan bertujuan (*purposive sampling*) dilakukan dengan mengambil sampel berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah kriteria usaha kecil dan menengah menurut UU No. 9 tahun 1995 yang tercatat pada Disperindagkop Kabupaten Kebumen sebanyak 154 unit usaha. Akan tetapi, karena daftar perusahaan yang tercatat pada Disperindagkop sebanyak 154 UKM maka teknik pengambilan sampel selanjutnya menggunakan metode “*snowball*” dengan ketentuan memenuhi kriteria berdasarkan UU No. 9 tahun 1995 sebagai acuan yang digunakan Disperindagkop Kabupaten Kebumen. Pengambilan sampel secara bola salju (*snowball sampling*) dilakukan dengan mengumpulkan sampel dari responden yang berasal dari referensi suatu jaringan (Jogiyanto, 2004). Maka dalam penelitian ini menggunakan jaringan para pelaku UKM Kabupaten Kebumen sebagai referensi dalam menentukan sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik survei untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang telah disusun secara sistematis diatas kertas dan pada lembar itu pula responden memilih jawabannya. Untuk mendapatkan data ini, peneliti menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan kerangka yang telah dikembangkan oleh Boohene, *et. al.* (2008).

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Jalur (*Path Analisis*) dengan menggunakan regresi bertahap. Analisis jalur (*path analysis*) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji hubungan kausal antara dua atau lebih

variabel (Imam dan Fuad, 2008). Maka asumsi yang digunakan dalam analisis jalur (Solimun, 2002), yaitu:

1. Hubungan antar variabel bersifat linear.
2. Model penelitian memiliki hubungan kausalitas dengan panah satu arah (*recursive model*).
3. Variabel endogen minimal dalam skala interval.
4. Instrumen penelitian harus reliabel dan valid.
5. Model penelitian sesuai dengan teori dan konsep.

Model persamaan dari regresi bertahap adalah sebagai berikut:

$$NK = f(G) \quad \rightarrow \quad NK = \alpha_1 + \lambda_1 G + e$$

$$S = f(G, NP) \quad \rightarrow \quad S = \alpha_2 + \lambda_2 G + \beta_1 NK + e$$

$$KU = f(G, S, NK) \quad \rightarrow \quad KU = \alpha_3 + \lambda_3 G + \beta_2 NK + \beta_3 S + e$$

Keterangan:

NK : Nilai Kewirausahaan

S : Strategi

KU : Kinerja Usaha

HASIL DAN ANALISIS DATA

Deskripsi variabel penelitian

1. Gender

Dalam penelitian ini instrumen gender dibedakan menjadi dua dalam skala nominal yang dilakukan oleh Boohene, *et.al.* (2008). Angka 1 sebagai tanda perempuan dan laki-laki bertanda 0. Dalam regresi bertahap ini, gender merupakan variabel *dummy*.

2. Nilai Kewirausahaan

Pengukuran variabel nilai kewirausahaan diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Boohene, *et.al.* (2008). Instrumen tersebut terdiri dari 12 butir pertanyaan dengan menggunakan skala likert 0-5.

3. Strategi

Instrumen untuk mengukur variabel strategi terdiri dari enam dimensi yang terdiri dari strategi perencanaan, strategi keuangan, strategi sumber daya manusia, strategi operasi, strategi pemasaran, dan strategi teknologi informasi. Jumlah dari berbagai macam strategi tersebut diatas sebanyak 28 item. Semua item dari variabel diukur dengan skala likert 0 – 5.

4. Kinerja Usaha

Untuk mengukur kinerja usaha diukur dengan mengalikan dua dimensi, yaitu dimensi tujuan dan kepuasan usaha. Dimensi tujuan bisnis diukur dengan skala likert 0 – 5 yang terdiri dari sembilan item. Sedangkan kepuasan bisnis diukur dengan skala likert 1 – 7.

Statistik Deskriptif

Tabel 4.1 *Statistik deskriptif*

Variabel	Descriptive Statistics				
	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dev
NK	305	2,17	5,00	3,86	0,49
S	305	0,82	4,68	2,61	0,69
KU	305	6,56	32,00	19,66	4,37
Valid N (listwise)	305				

Sumber: *Data primer, 2010*

Hasil pengukuran statistik deskriptif semua sampel menunjukkan bahwa skor responden untuk nilai kewirausahaan, strategi, dan kinerja usaha masing-masing berkisar 2.17 sampai 5.00, 0.82 sampai 4.68, dan 6.56 sampai 32.00. Rata-rata nilai kewirausahaan yang dianut pelaku usaha kecil menengah sebesar 3.86, sedangkan strategi sebesar 2.61, dan kinerja usaha ditunjukkan dengan mean 19.66. Pada standar deviasi nilai kewirausahaan menunjukkan angka 0.49. Sedangkan standar deviasi strategi sebesar 0.69 dan kinerja usaha sebesar 4.37.

1. Statistik deskriptif berdasarkan sampel berjenis kelamin laki-laki

Tabel 4.2 *Statistik deskriptif laki-laki*

Variabel	Descriptive Statistics				
	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dev
NK	214	2,50	5,00	3,98	0,44
S	214	0,89	4,68	2,71	0,70
KU	214	6,56	32,00	19,82	4,46
Valid N (listwise)	214				

Sumber: *Data primer, 2010*

Hasil pengukuran statistik deskriptif pada sampel berjenis kelamin laki-laki menunjukkan bahwa skor responden untuk nilai kewirausahaan, strategi, dan kinerja usaha masing-masing berkisar 2.50 sampai 5.00, 0.89 sampai 4.68, dan 6.65 sampai 32.00. Rata-rata nilai kewirausahaan yang dianut pelaku usaha kecil menengah sebesar 3.98, sedangkan strategi sebesar 2.71, dan kinerja usaha ditunjukkan dengan mean 19.82. Pada standar deviasi nilai kewirausahaan menunjukkan angka 0.44. Sedangkan standar deviasi strategi sebesar 0.70 dan kinerja usaha sebesar 4.46.

2. Statistik deskriptif berdasarkan sampel berjenis kelamin perempuan

Tabel 4.3 *Statistik deskriptif perempuan*

Variabel	Descriptive Statistics				
	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dev
NK	91	2,17	4,75	3,60	0,51
S	91	0,82	4,32	2,37	0,60
KU	91	8,44	25,67	19,26	4,16
Valid N (listwise)	91				

Sumber: *Data primer, 2010*

Hasil pengukuran statistik deskriptif pada sampel berjenis kelamin perempuan menunjukkan bahwa skor responden untuk nilai kewirausahaan, strategi, dan kinerja usaha masing-masing berkisar 2.17 sampai 4.75, 0.82 sampai 4.32, dan 8.44 sampai 25.67. Rata-rata nilai kewirausahaan yang dianut pelaku usaha kecil menengah sebesar 3.60, sedangkan strategi sebesar 2.37, dan kinerja usaha ditunjukkan dengan mean 19.26. Pada standar deviasi nilai kewirausahaan menunjukkan angka 0.51. Sedangkan standar deviasi strategi sebesar 0.60 dan kinerja usaha sebesar 4.16.

3. Statistik deskriptif item variabel berdasarkan gender

Tabel: 4.4 *Data statistik deskriptif item variabel berdasar gender*

item variabel	Laki-laki				Perempuan			
	mean	min	max	st.dev	mean	min	max	st.dev
NK1	3,96	1,00	5,00	0,69	3,22	2,00	4,00	0,70
NK2	3,80	2,00	5,00	0,72	3,75	2,00	5,00	0,70
NK3	3,97	2,00	5,00	0,70	3,77	2,00	5,00	0,71
NK4	3,92	2,00	5,00	0,68	3,60	2,00	5,00	0,77
NK5	4,08	2,00	5,00	0,64	3,31	2,00	5,00	0,68
NK6	3,93	2,00	5,00	0,65	3,48	2,00	5,00	0,61
NK7	3,81	2,00	5,00	0,62	3,64	2,00	5,00	0,57
NK8	4,08	2,00	5,00	0,67	3,92	2,00	5,00	0,68
NK9	4,10	3,00	5,00	0,61	3,75	2,00	5,00	0,59
NK10	3,94	3,00	5,00	0,54	3,76	2,00	5,00	0,55
NK11	4,17	3,00	5,00	0,59	3,83	2,00	5,00	0,48
NK12	4,00	2,00	5,00	0,59	3,72	2,00	5,00	0,57
S1	3,85	1,00	5,00	0,91	3,32	0,00	5,00	0,98
S2	3,89	2,00	5,00	0,83	3,33	1,00	5,00	0,93
S3	3,77	1,00	5,00	0,84	3,19	1,00	5,00	0,86
S4	3,05	1,00	5,00	0,98	2,70	0,00	5,00	0,97
S5	3,22	0,00	5,00	1,12	3,11	0,00	5,00	0,92
S6	3,30	0,00	5,00	1,35	3,35	1,00	5,00	0,91
S7	3,03	0,00	5,00	1,40	3,17	0,00	5,00	0,87
S8	2,68	0,00	5,00	1,46	2,58	0,00	5,00	1,27
S9	2,05	0,00	5,00	1,50	1,57	0,00	5,00	1,55
S10	0,30	0,00	5,00	0,82	0,26	0,00	4,00	0,75
S11	2,20	0,00	5,00	1,62	2,39	0,00	5,00	1,24
S12	1,81	0,00	5,00	1,59	1,95	0,00	4,00	1,25

S13	2,36	0,00	5,00	1,51	2,47	0,00	5,00	1,21	
S14	3,10	0,00	5,00	1,43	2,90	0,00	5,00	0,94	
S15	3,21	0,00	5,00	1,57	2,36	0,00	5,00	1,24	
S16	2,00	0,00	5,00	1,57	0,89	0,00	4,00	1,16	
S17	4,01	2,00	5,00	0,86	3,83	2,00	5,00	0,83	
S18	4,06	2,00	5,00	0,90	3,76	1,00	5,00	0,84	
S19	3,88	2,00	5,00	0,89	3,64	0,00	5,00	1,06	
S20	3,72	0,00	5,00	0,92	3,16	0,00	5,00	1,07	
S21	3,80	0,00	5,00	0,92	3,35	0,00	5,00	0,98	
S22	3,80	0,00	5,00	0,97	3,40	1,00	5,00	1,02	
S23	3,46	0,00	5,00	1,08	2,95	1,00	5,00	1,08	
S24	2,94	0,00	5,00	1,38	2,70	0,00	5,00	1,02	
S25	0,49	0,00	5,00	1,13	0,30	0,00	3,00	0,80	
S26	0,50	0,00	5,00	1,13	0,22	0,00	3,00	0,69	
S27	0,85	0,00	5,00	1,48	0,64	0,00	5,00	1,25	
S28	0,41	0,00	5,00	1,09	0,24	0,00	5,00	0,83	
KU1	21,65	8,00	35,00	5,69	20,91	9,00	30,00	5,24	
KU2	19,13	2,00	35,00	6,25	17,89	4,00	25,00	5,15	
KU3	21,64	6,00	35,00	6,51	22,91	9,00	30,00	6,26	
KU4	21,29	8,00	35,00	6,26	23,52	6,00	30,00	5,56	
KU5	17,62	6,00	30,00	5,62	18,23	6,00	30,00	5,28	
KU6	15,83	2,00	30,00	5,69	15,14	6,00	24,00	4,36	
KU7	16,52	0,00	35,00	7,17	14,13	4,00	30,00	4,98	
KU8	26,56	8,00	35,00	5,56	25,07	8,00	35,00	4,80	
KU9	17,79	4,00	35,00	6,41	18,60	8,00	30,00	6,39	

Sumber: *Data primer, 2010*

Semua rata-rata item nilai kewirausahaan pemilik/pengelola UKM laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Rata-rata item strategi pemilik/pengelola UKM laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan. Kecuali, rata-rata item S6, S7, S11, S12, S13 (Menyimpan catatan keuangan, memeriksa keuangan dengan ketat/teliti pada catatan biaya, menggunakan teknik tertentu dalam memilih karyawan, menawarkan program pelatihan, dan menggunakan metode tertentu dalam penilaian karyawan).

Rata-rata item kinerja usaha pemilik/pengelola UKM laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan. Kecuali, rata-rata item KU3, KU4, KU5, dan

KU9 (kestabilan usaha, keuntungan, pengembangan/pembangunan masyarakat, dan biaya operasi yang rendah).

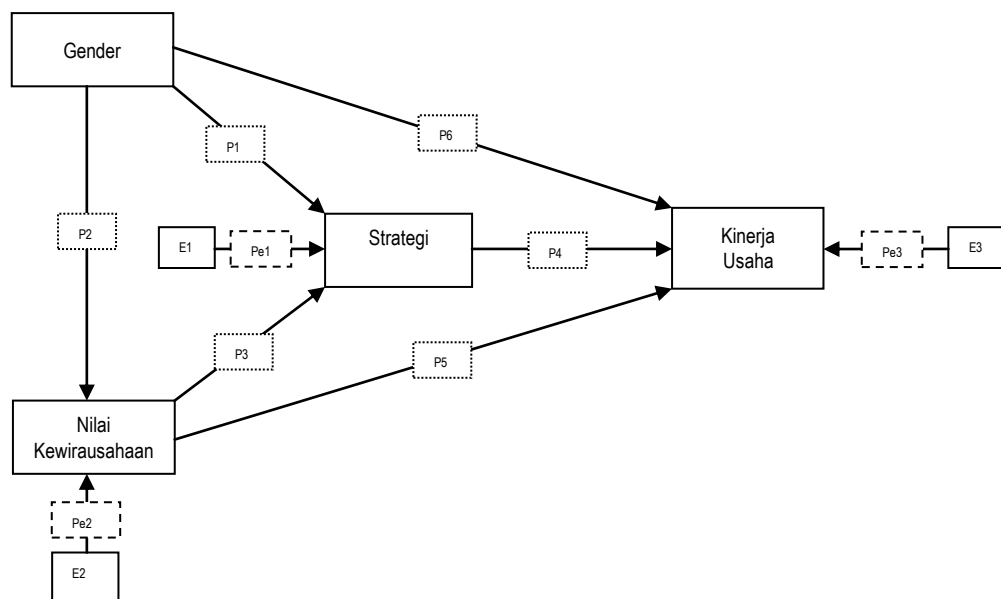
Analisis Data

Metode yang digunakan digunakan untuk menganalisis data adalah metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur (*path analysis*) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji hubungan kausal antara dua atau lebih variabel (Imam dan Fuad, 2008).

1. Analisis Jalur Model

- Variabel gender mempengaruhi variabel Nilai kewirausahaan, strategi, dan kinerja usaha.
- Variabel nilai kewirausahaan mempengaruhi variabel strategi dan kinerja usaha.
- Variabel strategi mempengaruhi variabel kinerja usaha.

Gambar 4.1 : Model Analisis Jalur



Sumber: *Boohene, et.al. (2008)*

2. Asumsi Analisis Jalur

- Hubungan antar variabel: linier dan aditif. Untuk menghitung linearitas antar variabel dibantu dengan menggunakan program software *SPSS 11.5*.
 - Hubungan variabel nilai kewirausahaan dengan strategi

Hubungan variabel Nilai Kewirausahaan dengan Strategi mempunyai hubungan yang linier dan aditif. Dengan persamaan: $s=0.99+0.93*nk$ dengan R-square sebesar 0.44. Jika nk (nilai kewirausahaan) berubah satu satuan maka s (strategi) akan berubah sebesar 0,93 satuan. Artinya, jika nilai kewirausahaan naik satu satuan maka strategi akan naik sebesar 0.93 satuan.

2. Hubungan variabel strategi dengan kinerja Usaha

Hubungan variabel strategi terhadap kinerja usaha mempunyai hubungan yang linier dan aditif. Dengan persamaan: $ku=12.70+2.68*s$ dengan R-square sebesar 0.18. Jika s (strategi) berubah satu satuan maka ku (kinerja usaha) akan berubah sebesar 2.68 satuan. Artinya, jika strategi naik satu satuan maka kinerja akan naik sebesar 2.68 satuan.

3. Hubungan variabel Nilai Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha

Hubungan variabel Nilai Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha mempunyai hubungan yang linier dan aditif. Dengan persamaan: $ku=2.90+4.33*nk$ dengan R-square sebesar 0.23. Jika nk (nilai kewirausahaan) naik satu satuan maka ku (kinerja usaha) akan berubah sebesar 4.33 satuan. Artinya, jika nilai kewirausahaan naik satu satuan maka kinerja usaha akan naik sebesar 4.33 satuan.

3. Model Rekursif

Persamaan model rekursif:

$$NK = \alpha_1 + \lambda_1 G + e$$

$$S = \alpha_2 + \lambda_2 G + \beta_1 NK + e$$

$$KU = \alpha_3 + \lambda_3 G + \beta_2 NK + \beta_3 S + e$$

Dengan menggunakan regresi bertahap diperoleh:

$$1. \quad NK = \alpha_1 + \lambda_1 G + e$$

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.333 ^a	.111	.108	.43972

a. Predictors: (Constant), G
b. Dependent Variable: NK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.985	.030		132.257	.000
	G	-.340	.056	-.333	-6.099	.000

a. Dependent Variable: NK

$$2. \quad S = \alpha_2 + \lambda_2 G + \beta_1 NK + e$$

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.437	.433	.49463

a. Predictors: (Constant), NK, G
b. Dependent Variable: S

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.039	.262		-3.974	.000
	G	.030	.067	.021	.453	.651
	NK	.940	.065	.668	14.446	.000

a. Dependent Variable: S

$$3. \quad KU = \alpha_3 + \lambda_3 G + \beta_2 NK + \beta_3 S + e$$

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.522 ^a	.272	.265	3.59786

a. Predictors: (Constant), S, G, NK
b. Dependent Variable: TUKU

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.824	1.953		.934	.351
	G	1.405	.484	.153	2.900	.004
	NK	3.752	.619	.418	6.066	.000
	S	1.114	.423	.175	2.634	.009

a. Dependent Variable: TUKU

4. Validitas Variabel

Pengukuran validitas dilakukan dengan mengukur korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan jumlah skor item. Untuk menguji validitas digunakan program *IBM SPSS Statistics 19*. (lihat tabel validitas instrumen).

5. Reliabilitas Instrumen

Uji reliability dilakukan untuk membuktikan konsistensi dan stabilitas masing-masing konstruk. Sehingga ketika dilakukan pengujian ulang pada waktu dan situasi yang berbeda akan didapatkan hasil yang sama. Reliabilitas diukur dengan menggunakan metode koefisien alpha *cronbach*.

Menurut sekaran (2000), nilai koefisien alpha yang kurang dari 0.60 mempunyai reliabilitas yang rendah, nilai koefisien *alpha* 0.61-0.79 mempunyai reliabilitas yang dapat diterima, dan nilai koefisien alpha lebih dari 0.80 mempunyai reliabilitas yang baik. Untuk menguji reliabilitas digunakan program *IBM SPSS Statistics 19*. Koefisien *alpha* pada instrumen nilai kewirausahaan menunjukkan nilai sebesar 0.915 dan strategi sebesar 0.926. Sedangkan kinerja usaha, yaitu 0.884 (lihat tabel reliabilitas instrumen).

6. Pendugaan Parameter atau Perhitungan Koefisien jalur (*path*)

a) Pengaruh langsung gender terhadap strategi (P1).

Pengaruh langsung gender terhadap strategi sebesar 0.021 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.651 atau 65.1%. Karena tingkat signifikansinya sebesar 0.561 maka $H_0 = 0$ dari koefisien gender terhadap Strategi tidak ditolak.

b) Pengaruh langsung gender terhadap nilai kewirausahaan (P2)

Pengaruh langsung gender terhadap nilai kewirausahaan sebesar -0.333 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena tingkat signifikansinya sebesar 0.000 maka $H_0 = 0$ dari koefisien gender terhadap nilai kewirausahaan ditolak.

- c) Pengaruh langsung nilai kewirausahaan terhadap strategi (P3).
 Pengaruh nilai kewirausahaan terhadap strategi sebesar 0.668 dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena tingkat signifikansinya sebesar 0.000 maka $H_0 = 0$ dari koefisien Nilai Kewirausahaan terhadap strategi ditolak.
- d) Pengaruh langsung strategi terhadap kinerja usaha (P4).
 Pengaruh strategi terhadap kinerja usaha sebesar 0.175 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.009. Karena tingkat signifikansinya sebesar 0.009 maka $H_0 = 0$ dari koefisien strategi terhadap kinerja usaha ditolak.
- e) Pengaruh langsung nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha (P5).
 Pengaruh nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha sebesar 0.418 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena tingkat signifikansinya sebesar 0.000 maka $H_0 = 0$ dari koefisien nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha ditolak.
- f) Pengaruh langsung gender terhadap kinerja usaha (P6).
 Pengaruh gender terhadap kinerja usaha sebesar 0.153 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.004. Karena tingkat signifikansinya sebesar 0.004 maka $H_0 = 0$ dari koefisien gender terhadap kinerja usaha ditolak.
- g) Pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha melalui Strategi (P1 x P4).
 Pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha melalui strategi sebesar $0.000 \times 0.175 = 0.000$
- h) Pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha melalui nilai kewirausahaan (P2 x P5).
 Pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha melalui nilai kewirausahaan sebesar $-0.333 \times 0.418 = -0.139$
- i) Pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha melalui nilai kewirausahaan dan strategi (P2 x P3 x P4).
 Pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha melalui nilai kewirausahaan dan strategi sebesar $-0.333 \times 0.668 \times 0.175 = -0.038$
- j) Pengaruh tidak langsung nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui strategi (P3 x P4).

Pengaruh nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui strategi sebesar $0.668 \times 0.175 = 0.116$

k) *Total effect* Nilai Kewirausahaan

Total effect Nilai Kewirausahaan sebesar $P_5 + (P_3 \times P_4)$, yaitu $0.418 + (0.668 \times 0.175) = 0.534$

l) *Total effect* Gender

Total effect Gender terhadap Kinerja Usaha sebesar $P_6 + (P_2 \times P_5) + (P_2 \times P_3 \times P_4)$, yaitu: $0.153 + (-0.333 \times 0.418) + (-0.333 \times 0.668 \times 0.175) = -0.025$

m) *Total effect* Strategi

Total effect Strategi terhadap Kinerja Usaha sebesar 0.175. *Total effect* strategi sama dengan pengaruh langsung terhadap kinerja usaha.

7. Validitas Model

$$P_{ei} = \sqrt{1 - R_i^2}$$

$$P_{e1} = \sqrt{1 - 0.437} = 0.750$$

$$P_{e2} = \sqrt{1 - 0.111} = 0.942$$

$$P_{e3} = \sqrt{1 - 0.272} = 0.853$$

8. Koefisien Determinasi Total:

$$R_m^2 = 1 - (P_{e1})^2 (P_{e2})^2 (P_{e3})^2$$

$$R_m^2 = 1 - (0.750)^2 (0.942)^2 (0.853)^2$$

$$R_m^2 = 0.636$$

Informasi yang terkandung dalam data 63.60% dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain dan *error*.

9. Teori *Trimming*

Uji T digunakan untuk menguji apakah koefisien regresinya secara individual sama dengan nol atau tidak. Apabila sama dengan nol ($\beta = 0$) maka variabelnya independen tidak mempunyai hubungan dengan variabel dependennya dan tidak dapat digunakan untuk menganalisis.

$$\begin{array}{ll}
 H_0: & \lambda_1 = 0 \\
 & \lambda_2 = 0 \\
 & \lambda_3 = 0 \\
 & \beta_1 = 0 \\
 & \beta_2 = 0 \\
 & \beta_3 = 0 \\
 H_a: & \lambda_1 > 0 \\
 & \lambda_2 > 0 \\
 & \lambda_3 > 0 \\
 & \beta_1 > 0 \\
 & \beta_2 > 0 \\
 & \beta_3 > 0
 \end{array}$$

H_0 akan tidak ditolak apabila t hitung \langle t tabel atau -t hitung \rangle -t tabel dan H_a akan tidak ditolak bila t hitung \geq dari t tabel atau bila -t hitung \leq t -tabel, bila memenuhi kriteria tersebut maka nilai parameternya boleh digunakan dalam analisis. Peneliti memberikan batasan kemungkinan/probailitas signifikan jika presentasenya diatas 5% dengan nilai 1.960. Maka t-hitung diperoleh dengan rumus:

$$t - hitung = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{standard error of estimate}}$$

Dari perhitungan yang dibantu dengan *IBM SPSS Statistic 19* ditemukan t-hitung sebagai berikut:

Tabel 4.5: *T-hitung*

Keterangan	t hitung
T-hitung gender terhadap nilai kewirausahaan	-6.099
T-hitung gender terhadap strategi	0.453
T-hitung nilai kewirausahaan terhadap strategi	14.446
T-hitung gender terhadap kinerja usaha	2.900
T-hitung nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha	6.066
T-hitung strategi terhadap kinerja usaha	2.634

Sumber: *Data primer, 2010*

Dari t hitung diatas koefisien gender terhadap strategi tidak memenuhi syarat untuk menolak H_0 karena t hitung \langle t tabel. Maka H_0 tidak ditolak. Artinya nilai koefisien gender terhadap strategi bernilai 0. Sedangkankan t hitung lainnya memenuhi syarat untuk menolak H_0 karena t hitung \rangle t tabel atau -t

hitung $> t$ tabel. Dengan kata lain kriteria tersebut nilai parameternya boleh digunakan dalam analisis jalur.

Analisis Output Data

Berdasarkan analisis jalur (*path analysis*) dapat diketahui hubungan langsung, hubungan tidak langsung, dan *total effect* variabel gender, nilai kewirausahaan, dan strategi.

1. Pengaruh Langsung

Gender berpengaruh secara langsung terhadap nilai kewirausahaan sebesar -0.333. Pemilik/pengelola UKM perempuan mempunyai perbedaan nilai kewirausahaan yang lebih rendah dari pada pemilik/pengelola UKM laki-laki.

Gender berpengaruh secara langsung terhadap strategi sebesar 0.000. Artinya, gender tidak berpengaruh terhadap strategi yang dilakukan oleh pemilik/pengelola UKM laki-laki dan perempuan. Hal ini karena signifikansi koefisien gender terhadap strategi sebesar 65.1 persen.

Gender berpengaruh secara langsung terhadap kinerja usaha sebesar 0.153. Kinerja usaha pemilik/pengelola UKM perempuan lebih tinggi dari pada kinerja usaha laki-laki.

Nilai kewirausahaan berpengaruh positif secara langsung terhadap strategi sebesar 0.668. Semakin tinggi nilai kewirausahaan yang dianut oleh pemilik/pengelola UKM akan mempengaruhi terhadap penerapan strategi mereka menjadi lebih proaktif.

Nilai kewirausahaan berpengaruh positif secara langsung terhadap kinerja sebesar 0,418. Semakin tinggi nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik/pengelola UKM akan berpengaruh meningkatkan kinerja usaha.

Strategi berpengaruh positif secara langsung terhadap kinerja usaha sebesar 0.175. Semakin proaktif dalam menjalankan strategi akan berpengaruh dalam meningkatkan kinerja usaha.

2. Pengaruh Tidak Langsung

Gender berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja usaha melalui nilai kewirausahaan sebesar -0.139. Kinerja usaha pemilik/pengelola

UKM perempuan lebih rendah dari pada pemilik/pengelola laki-laki berdasarkan nilai kewirausahaan yang mereka miliki.

Sedangkan pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha melalui strategi sebesar 0.00. Kinerja yang dilakukan pemilik/pengelola UKM laki-laki dan perempuan tidak menunjukkan perbedaan berdasarkan strategi.

Pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha melalui nilai kewirausahaan dan strategi sebesar -0.038. Pemilik/pengelola UKM perempuan memiliki kinerja usaha yang lebih rendah dibandingkan pemilik/pengelola laki-laki berdasarkan nilai kewirausahaan dan penerapan strategi.

Nilai kewirausahaan berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap kinerja usaha melalui strategi sebesar 0.116. Semakin tinggi nilai kewirausahaan akan mempengaruhi kinerja berdasarkan strategi yang diterapkan oleh pemilik/pengelola UKM di Kabupaten Kebumen.

3. *Total effect*

Total effect gender terhadap kinerja sebesar -0.025. Gender mempunyai pengaruh secara langsung dan tidak langsung melalui nilai kewirausahaan terhadap kinerja sebesar -0.025. Dari *total effect gender* menjelaskan bahwa perempuan memiliki kinerja yang lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Perbedaan kinerja tersebut terjadi karena disebabkan nilai kewirausahaan yang dimiliki pemilik/pengelola UKM perempuan lebih rendah dari pada pemilik/pengelola laki-laki. Namun, harus melihat pula hubungan langsung gender terhadap kinerja yang memiliki nilai 0.153 sebagai koreksi terhadap *total effect* gender.

Total Effect nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha adalah 0,534. Nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik/pengelola UKM Kabupaten Kebumen mempunyai pengaruh yang besar terhadap kinerja usaha, baik secara langsung maupun tidak secara langsung berdasarkan penerapan strategi. Pengaruh nilai kewirausahaan terhadap kinerja sebesar 0.418 sedangkan pengaruh nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha berdasarkan

strategi sebesar 0.116. Sehingga total pengaruh nilai kewirausahaan sebesar 0.534.

Dalam model penelitian ini pengaruh langsung strategi terhadap kinerja usaha sekaligus menjadi total *effect* strategi terhadap kinerja usaha. *Total effect* strategi terhadap kinerja usaha sebesar 0.175. Semakin proaktif dalam menjalankan strategi usaha yang dilakukan oleh pemilik/pengelola UKM Kabupaten Kebumen berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Dari analisis jalur dapat diketahui bahwa nilai kewirausahaan mempunyai *total effect* yang paling tinggi. Maka *out put* analisis jalur menyimpulkan bahwa nilai kewirausahaan secara dominan mempengaruhi kinerja usaha. Pengaruh nilai kewirausahaan secara langsung lebih bermakna dari pada pengaruh nilai kewirausahaan berdasarkan strategi terhadap kinerja usaha.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang diujikan adalah sebagai berikut:

H₁. Pemilik/pengelola UKM perempuan menunjukkan nilai-nilai kewirausahaan lebih rendah dibandingkan dengan pemilik/pengelola UKM laki-laki.

Berdasarkan analisis jalur diatas menunjukkan bahwa nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik/pengelola UKM perempuan mempunyai perbedaan yang lebih rendah dari pada pemilik/pengelola UKM laki-laki. *H₁* didukung oleh data sampel bahwa *H₁* diterima.

H₂. Pemilik/pengelola UKM laki-laki lebih proaktif dalam strategi dari pada pemilik/pengelola UKM perempuan yang reaktif.

Berdasarkan analisis jalur diatas menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh pemilik/pengelola UKM laki-laki maupun perempuan tidak terdapat perbedaan antara proaktif dan reaktif. *H₂* didukung oleh data sampel bahwa *H₂* ditolak.

H₃. Nilai kewirausahaan secara positif mempengaruhi penerapan strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM menjadi lebih proaktif.

Nilai kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap penerapan strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM menjadi lebih proaktif. Semakin tinggi nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik/pengelola UKM akan mempengaruhi penerapan strategi menjadi lebih proaktif. *H₃* didukung oleh data sampel bahwa *H₃* diterima.

H₄. Strategi bisnis mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UKM. Strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM mempengaruhi tingkat kinerja UKM. *H₄* didukung oleh data sampel bahwa *H₄* diterima.

H₅. Nilai kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UKM.

Berdasarkan analisis regresi di atas terdapat pengaruh positif nilai kewirausahaan terhadap kinerja UKM. *H₅* didukung oleh data sampel bahwa *H₅* diterima.

H₆. Tingkat kinerja bisnis pemilik/pengelola UKM perempuan lebih rendah dari pada pemilik/pengelola laki-laki.

Tingkat kinerja yang dilakukan pemilik/pengelola UKM perempuan lebih tinggi dari pada pemilik/pengelola laki-laki. *H₆* didukung oleh data sampel bahwa *H₆* ditolak.

PEMBAHASAN

Dari analisis data diatas dapat dilakukan pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Nilai Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan anlisis jalur dapat diketahui bahwa nilai kewirausahaan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kebumen. Subanar (2001) menyatakan bahwa peran *entrepreneur* atau wirausaha sangat mendominasi perilaku bisnis dan sangat menentukan arah masa depan bagi usaha kecil. Pengaruh tersebut terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan strategi terhadap kinerja usaha. Budiretnowati (2008) menjelaskan bahwa berbagai hasil penelitian antara lain yang dilakukan oleh Departemen Koperasi dan UKM tahun 1996 menyebutkan bahwa kewirausahaan merupakan kunci dari keberhasilan UKM.

2. Pengaruh Secara Langsung Nilai Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Nilai kewirausahaan mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kinerja usaha kecil menengah di Kabupaten Kebumen. Seperti yang dikemukakan oleh Afiah (2009) bahwa aspek kewirausahaan dapat berperan dalam menghadapi tantangan yang dihadapi UKM, yaitu bagaimana UKM harus dapat bertindak inovatif, berpikir kreatif, dan berani mengambil resiko. Begitupun Suci (2009) menguatkan beberapa ciri *entrepreneur* yang disebutkan oleh Idrus, 1999 (dalam Suci, 2009) bahwa ciri *entrepreneur* sangat mempengaruhi keberhasilan atas kinerja usaha yang dijalani. Ciri-ciri tersebut adalah percaya diri (*self confidence*), berorientasi pada tugas (*task result oriented*), berani mengambil resiko (*risk taker* berupa waktu, uang, kesehatan dan jiwa), mempunyai sikap kepemimpinan (*leadership*), mempunyai keaslian (*originality*), berorientasi ke depan (*future oriented*).

Suhairi (2006) juga menemukan bahwa sifat kepribadian wirausaha yang tinggi seperti lokus pengawasan internal yang tinggi, kesediaan menanggung resiko yang tinggi, keperluan berprestasi yang tinggi, selalu berusaha untuk memperbaiki diri ke arah yang lebih baik dengan merubah tata cara mengelola usaha mempunyai pengaruh terhadap variasi prestasi

perusahaan/kinerja usaha. Kinerja usaha diukur dengan indikator *sales growth*, *assets growth* dan *profit growth* (Suci, 2009), pertumbuhan penjualan, profit margin, dan ROA (Suhairi, 2006), *profit margin*, penyerapan tenaga kerja (Budiretnowati, 2008). Kriteria nilai kewirausahaan yang digunakan oleh Suci (2009), Suhairi (2006), dan Afiah (2009) mempunyai kemiripan dengan kriteria nilai kewirausahaan pada penelitian ini yaitu, berani mengambil resiko (*risk taker*), pengembangan diri, inovasi, kebutuhan dalam berprestasi, ambisius, berwawasan luas, berkemampuan dalam memutuskan masalah, ulet, mempunyai impian masa depan, logis, tanggung jawab percaya diri. Artinya, pengaruh langsung secara positif nilai kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kebumen didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suci (2009), Suhairi (2006), dan Afiah (2009).

3. Pengaruh Tidak Langsung Nilai Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Melalui Strategi

Nilai kewirausahaan berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap kinerja usaha berdasarkan strategi usaha. Suryana (2006) menjelaskan bahwa tidak dapat disangkal lagi bahwa kesinambungan hidup perusahaan sangat tergantung pada ketahanan wirausaha dalam meraih keunggulan bersaing melalui strategi yang dimilikinya. Hal senada juga dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Suhairi (2006) bahwa sifat kepribadian seseorang wirausaha mempunyai pengaruh positif terhadap strategi bisnis dan prestasi perusahaan/kinerja usaha. Pengaruh nilai kepribadian wirausaha terhadap prestasi perusahaan tidak hanya bersifat langsung tetapi juga secara tidak langsung, antara lain melalui penggunaan strategi fungsional. Meskipun Suhairi (2006) menggunakan variabel Nilai Kepribadian Wirausaha namun pada dasarnya identik dengan Nilai Kewirausahaan sebagai variabel dalam penelitian ini. Nilai kepribadian yang digunakan Suhairi (2006) antara lain, lokus pengawasan internal yang tinggi, kesediaan menanggung resiko yang tinggi, keperluan berprestasi yang tinggi, selalu berusaha untuk memperbaiki diri ke arah yang lebih baik dengan

merobah tata cara mengelola usaha. Begitupun dengan strategi fungsional merupakan instrumen yang dikembangkan oleh Kotey dan Meredith (1997) dan Gardenna (1998), sama dengan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, yakni strategi keuangan, pemasaran, perencanaan, sumber daya manusia, operasional, dan informasi. Artinya, penelitian yang pernah dilakukannya menguatkan penelitian ini, yaitu pengaruh positif secara tidak langsung nilai kewirausahaan berdasarkan strategi terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kebumen.

Oleh karenanya, dengan demikian variabel strategi berfungsi sebagai variabel mediasi (*mediating variable*) terhadap kinerja usaha. Hal ini juga telah dibuktikan oleh Suhairi, (2006) dengan menerima hipotesisnya bahwa strategi fungsional merupakan variabel mediasi terhadap hubungan antara nilai kepribadian wirausaha dengan prestasi perusahaan.

Contoh dilapangan pemilik/pengelola UKM di Kabupaten Kebumen tidak segan-segan untuk meminjam modal kepada bank dengan jaminan harta benda yang mereka miliki, seperti sawah dan rumah, ketika permintaan pasar sedang tinggi. Kebanyakan dari pemilik/pengelola UKM di Kabupaten Kebumen berpendidikan tidak sampai pada taraf kesarjanaan atau bahkan sebagian dari itu hanya menamatkan bangku Sekolah Dasar (SD). Namun demikian, menurut mereka bahwa berwirausaha merupakan salah satu wahana pengembangan diri dan mencari prestasi dalam usaha yang mereka jalankan. Beberapa pemilik/pengelola UKM tidak segan-segan menawarkan kerja sama kepada peneliti untuk memasarkan barang atau produk mereka.

4. Pengaruh Gender Terhadap Nilai Kewirausahaan

Pemilik/pengelola UKM perempuan memiliki perbedaan nilai kewirausahaan lebih rendah dari pada pemilik/pengelola laki-laki. Boohene, *et.al.* (2008) menjelaskan terdapat perbedaan-perbedaan nilai kewirausahaan antara laki-laki dan perempuan. Perempuan memiliki perbedaan nilai kewirausahaan lebih rendah dari pada laki-laki. Robbins (2007) menjelaskan nilai cenderung relatif stabil dan kokoh. Sebagian besar nilai yang kita pegang dibangun tahun-tahun awal kehidupan kita – dari orang tua, teman-

teman, dan lingkungan sosial. Naqiyah (2005) menjelaskan bahwa gender, tidak diperoleh sejak lahir tapi dikenal melalui proses belajar (sosialisasi) dari masa anak-anak hingga dewasa. Demikian pula dengan nilai kewirausahaan yang dianut oleh seorang laki-laki dan perempuan yang tidak bisa dilepaskan pada konstruksi sosial yang menjadikannya maskulin dan feminim. Sehingga hal inilah yang membuat nilai kewirausahaan yang dianut oleh perempuan cenderung lebih rendah bila dibandingkan dengan nilai-nilai kewirausahaan yang identik dengan maskulinitas, seperti indikator kewirausahaan yang dikemukakan oleh Boohene, *et.al.* (2008). Nilai kewirausahaan yang dimaksud, meliputi kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi dan kemerdekaan (Hodgetts dan Kuratko, 2001; Kickul dan Gundry, 2002), adalah semua persyaratan yang sangat berhubungan dengan maskulinitas (Schein, 1973). Dari rata-rata item nilai kewirausahaan diatas menunjukan bahwa semua rata-rata item nilai kewirausahaan laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan. Artinya, maskulinitas nilai-nilai kewirausahaan yang dianut oleh laki-laki tidak bisa dilampaui oleh nilai kewirausahaan yang dianut oleh perempuan. Syukrie (2003) memberikan contoh bahwa pada pola asimetris/ketidaksetaraan antara suami isteri, mengasumsikan satu pihak sebagai kepala/pemimpin, pelindung, penanggungjawab, oleh karena ia yang kuat, memiliki akses keluar, pemilik kuasa (informasi, ekonomi) sekaligus kontrol, pengambilan keputusan. Sementara pihak lain dianggap lemah, subordinat, yang harus dikepalai/pengikut (karenanya harus patuh), dilindungi, dibatasi ruang lingkupnya. Maka, dengan pola hubungan seperti ini akan memberi peluang munculnya nilai-nilai kewirausahaan yang dianut oleh perempuan lebih rendah dari laki-laki.

Oleh karena itu, akan menjadi dampak pada pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha berdasarkan nilai kewirausahaan dan strategi. Hal ini dibuktikan dalam hasil temuan penelitian Boohene, *et.al.* (2008) bahwa terdapat perbedaan nilai-nilai pribadi (kewirausahaan) pada gender yang mengarah pada penerapan strategi yang berbeda yang gilirannya akan mempengaruhi mempengaruhi kinerja usaha.

Tidak sedikit pemilik/pengelola laki-laki menjalankan usahanya dengan modal yang berasal dari pinjaman bank. Seperti yang dilakukan oleh Jhoni Makmun pemilik usaha lanthing bahwa kalau tidak meminjam bank, usahanya bakal tidak beroperasi dan mendapatkan keuntungan. Begitupun yang dilakukan oleh pemilik/pengelola usaha peci, kopiah, dan tas di desa Bandung-Sruni. Sedangkan pemilik/pengelola UKM perempuan kurang berani terhadap resiko meminjam kepada bank. Tidak sedikit pemilik/pengelola menggunakan modal swadaya yang tidak mengandung banyak resiko.

5. Pengaruh Gender Terhadap Strategi

Gender tidak berpengaruh terhadap penerapan strategi. Gender tidak bisa menjustifikasi bahwa laki-laki akan menerapkan strategi yang proaktif dan perempuan akan menerapkan strategi yang reaktif. Dan, hal ini tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh pemilik/pengelola UKM laki-laki maupun perempuan berdasarkan strategi yang mereka gunakan. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gender tidak bisa menjadi ukuran untuk memprediksi terhadap penerapan strategi bahwa pemilik/pengelola UKM laki-laki lebih proaktif sedangkan pemilik/pengelola UKM perempuan lebih reaktif. Hal ini bertentangan dengan penemuan Boohene, *et.al*, (2008) yang secara umum menjelaskan bahwa strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM perempuan lebih rendah (reaktif) dari pemilik/pengelola laki-laki (proaktif), terutama pada penerapan strategi keuangan, SDM, dan teknologi informasi. Namun secara spesifik temuannya menjelaskan bahwa tidak terdapat perbedaan penerapan strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola laki-laki dan perempuan, yaitu strategi perencanaan dan operasi. Sedangkan perempuan lebih proaktif terhadap penerapan strategi pemasaran.

Dewi (2008) menjelaskan bahwa gerakan keadilan dan kesetaraan gender tidak lagi hanya membahas posisi dan relasi perempuan dalam sebuah komunitas saja, namun telah maju selangkah dengan membangun berbagai cara dan aksi (strategi). Telah disadari oleh banyak pihak, bahwa mendorong

keadilan harus dimulai dengan membangun kapasitas perempuan, membuat berbagai organisasi yang menjadi ruang pembelajaran, serta membuka akses-akses belajar dan sumber daya. Terlebih, adanya kesadaran dan kemauan yang tinggi dari perempuan pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan keterampilannya (strategi) agar dapat meningkatkan usahanya. Artinya, ukuran gender tidak menjadi faktor kendala dalam menjalankan strategi usaha mereka.

Pemerintah daerah Kabupaten Kebumen sering mengikutsertakan pemilik/pengelola UKM perempuan dalam berbagai pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemerintah daerah maupun pusat. Pengelola/pemilik perempuan usaha kerajinan anyaman pandan mengatakan bahwa dia tidak mungkin bisa membuat laporan keuangan dan jaringan usaha jika tidak mengikuti pelatihan kewirausahaan yang pernah diadakan oleh pemerintah daerah Kebumen di Semarang. Selain itu, pemilik/pengelola laki-laki maupun perempuan mampu memberikan gaji karyawan sesuai upah minimum, menggunakan teknik dalam memilih karyawan, memberikan insentif, mencatat keuangan, memperbaiki produk di pasaran, dan selalu memperbaiki produk. Rata-rata pemilik/pengelola UKM laki-laki maupun perempuan memiliki kartu nama sebagai media komunikasi bisnis. Misalnya, rata-rata usaha makanan baik yang dimiliki oleh laki-laki maupun perempuan telah mengantongi sertifikat izin dari dinas kesehatan Kabupaten Kebumen. Pemilik/pengelola usaha makanan sadar bahwa produk yang mereka hasilkan tidak berbahaya terhadap kesehatan konsumen. Artinya, pemilik/pengelola usaha makanan telah melakukan strategi operasional dalam menjaga kualitas produknya.

6. Pengaruh Strategi Terhadap Kinerja Usaha

Strategi yang dilakukan oleh pemilik/pengelola UKM di Kabupaten Kebumen secara positif mempengaruhi terhadap kinerja usaha mereka. Semakin tinggi tingkat strategi (proaktif) yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM di Kabupaten Kebumen akan menaikkan tingkat kinerja mereka. Suhairi, (2006) mengemukakan bahwa dalam literatur

manajemen strategik diperoleh kesepakatan bahwa strategi memainkan peran yang besar dalam menentukan prestasi organisasi. Strategi akan berfungsi sebagai pedoman dan langkah dasar yang akan diikuti dan dijalankan oleh perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan untuk mencapai tujuan.

Hasil penelitian ini yang menjelaskan bahwa strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM di Kabupaten Kebumen secara positif mempengaruhi terhadap kinerja usaha didukung oleh teori dan penelitian sebelumnya. Suhairi (2006) telah membuktikan bahwa strategi (fungsional) mempunyai pengaruh positif terhadap prestasi usaha/kinerja usaha, yakni pertumbuhan penjualan, profit margin, dan ROA. Budiretnowati (2008) mengemukakan dalam bentuk Gambaran Morphologis UKM Sukses yang di dalamnya terdapat faktor kemampuan manajerial dan kemampuan dalam melihat peluang pasar. Diuraikan lebih lanjut kemampuan manajerial antara lain; kemampuan membuat perencanaan, pengorganisasian, teknik produksi, dan pengawasan. Sedangkan, pemilik/pengelola UKM dituntut mampu melihat peluang usaha; pengetahuan usaha, pengetahuan potensi ekonomi, pengetahuan sumber daya potensial, pengetahuan nilai barang, pengetahuan pasar. Gambaran morfologis UKM Sukses yang ditawarkan Budiretnowati (2008) digambarkan juga dalam strategi fungsional. Indikator profil usaha sukses; profit margin dan penyerapan tenaga kerja juga digunakan dalam penelitian ini sebagai indikator kinerja usaha.

Kasus di lapangan pemilik/pengelola UKM mengaku mempunyai website atau pun blog. Misalnya, usaha sabut kelapa, kerajinan anyaman pandan, dan makanan lanthing, dan sale. Dengan menggunakan teknologi informasi, mereka mengaku agar bisa menjangkau pasar lokal maupun luar negeri. Kerajinan sabut kelapa misalnya, selain memenuhi pasar lokal juga diekspor ke China dan Jerman. Sedangkan produk makanan lanthing pernah diekspor ke Jepang. Berbeda dengan pengusaha makanan jipang, terdapat waktu tertentu ketika permintaan akan naik maka pengusaha makanan ipang selalu menjaga persediaan produk dengan aman.

7. Pengaruh Langsung Gender Terhadap Kinerja Usaha

Pemilik/pengelola UKM perempuan menunjukkan tingkat kinerja yang lebih tinggi dari pada pemilik/pengelola UKM laki-laki. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Boohene, *et.al*, (2008) di Ghana bahwa pemilik/pengelola UKM perempuan Ghana menunjukkan tingkat kinerja yang lebih rendah dari pada laki-laki. Dalam konteks tertentu terdapat perbedaan pemahaman atas persamaan gender antara perempuan Ghana dengan Kabupaten Kebumen, termasuk dalam berwirausaha. Sehingga perempuan di Kabupaten Kebumen mampu menunjukkan peran usahanya dengan gaya dan caranya sendiri. Namun demikian, meskipun jumlah rata-rata dari rata-rata item kinerja usaha laki-laki lebih tinggi dari perempuan, namun pada tingkat stabilitas usaha, tingkat keuntungan, tingkat kontribusi terhadap pengembangan masyarakat, dan tingkat biaya yang rendah menunjukkan rata-rata yang lebih tinggi dari pada tingkat rata-rata item kinerja usaha laki-laki. Artinya, perempuan mempunyai kemampuan dalam mengelola usaha dengan efisiensi yang lebih tinggi dari pada laki-laki. Sehingga dengan tingkat efisinesi yang tinggi mengakibatkan kinerja usaha yang ditunjukkan oleh perempuan lebih tinggi dari pada laki-laki.

Meutia Hatta (2008) menjelaskan kaum perempuan sebagai kelompok yang proaktif dan handal dalam mengelola ekonomi juga berpotensi lebih disiplin dan taat dalam kemampuan untuk melaksanakan pengembalian kredit hampir mencapai 100 persen. Hal tersebut menggambarkan usaha yang dikelola perempuan mempunyai stabilitas usaha yang lebih baik. Tambunan (2002) mengemukakan sesuai survei yang dilakukan oleh *Asian Development Bank* (ADB) 2002 di Semarang dan Medan bahwa UKM yang dipimpin oleh perempuan di dalam sampel penelitian banyak yang menunjukkan keberhasilan, walaupun secara total jumlahnya tidak banyak. Usaha yang dipimpin oleh seorang perempuan atau oleh seorang perempuan dan laki-laki secara bersama akan lebih berhasil dari pada usaha yang hanya dipimpin oleh seorang laki-laki, sebesar 51 persen. Sedangkan angka keberhasilan usaha

yang dipimpin oleh laki-laki sebesar 45 persen. Dalam jurnal *Pengkajian Koperasi Dan UKM Nomor 1 Tahun 1 – 2006* menyebutkan bahwa keberhasilan wanita ditunjang dari kelebihan-kelebihan wanita yang merupakan faktor dominan terhadap keberhasilannya sebagai pelaku usaha. Kelebihan-kelebihan wanita tersebut yang tidak menjadi indikator nilai kewirausahaan Boohene, *et.al.* (2008) antara lain; telaten, sabar, teliti, cermat, serius, tekun, tangguh, tidak mudah menyerah, kemauan keras, semangat, dedikasi, dan loyalitas tinggi, terbuka, bekerja dengan ikhlas, selalu menjaga nama baik, tidak egois, dan disiplin dalam administrasi maupun pengelolaan keuangan. Bahwa perempuan lebih realistis dan hati-hati atau tidak ceroboh.

Selain itu, perempuan mempunyai sikap dan perilaku yang luwes dalam menjalankan bisnis. Mike, 2007 berpendapat (dalam Novita, 2007) bahwa pembawaan perempuan yang luwes dalam pergaulan adalah salah satu potensi yang menguntungkan sebagai pengusaha. Sebab, sebagian besar usaha tidak diawali dengan motivasi yang mengarah pada urusan bisnis tetapi bermula dari perkenalan dan hubungan pertemanan. Sesungguhnya perempuan makhluk paling pandai melakukan pendekatan bisnis yang sifatnya tidak menekan. Dengan pembawaan yang luwes, perempuan juga lebih mudah mendekati dan didekati oleh orang lain.

Kasus di lapangan Sumiyati pemilik/pengelola usaha lanthing bumbu terlihat lebih gesit ketika menjalankan perannya sebagai pengusaha. Meskipun seorang PNS dan ibu rumah tangga namun produk yang dihasilkannya mampu menembus pasar lokal, Jakarta, dan Sumatra. Ibu Darsiem, misalnya mampu memasarkan produk Jahe Kristalnya melalui jaringan ibu-ibu PNS pemda yang pernah ia kenal. Terkadang ia harus kewalahan ketika memenuhi pesanan.

8. Pengaruh Tidak Langsung Gender Terhadap Kinerja Usaha

Namun demikian harus melihat kembali temuan hasil penelitian ini berdasarkan pengaruh langsung gender, pengaruh tidak langsung gender berdasarkan nilai kewirausahaan, pengaruh tidak langsung gender

berdasarkan nilai kewirausahaan dan strategi terhadap kinerja usaha. Pengaruh langsung gender terhadap kinerja usaha menunjukkan bahwa pemilik/pengelola UKM perempuan lebih tinggi dari pada pemilik/pengelola laki-laki. Namun, pengaruh tidak langsung gender terhadap kinerja usaha berdasarkan nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha menunjukkan pemilik/pengelola UKM perempuan lebih rendah dari pemilik/pengelola laki-laki. Begitupun pengaruh tidak langsung gender berdasarkan nilai kewirausahaan dan strategi terhadap kinerja menunjukkan pemilik/pengelola UKM perempuan lebih rendah dari pada pemilik/pengelola UKM laki-laki.

Kemudian, pengaruh langsung gender, pengaruh tidak langsung gender melalui nilai kewirausahaan, dan pengaruh tidak langsung gender berdasarkan nilai kewirausahaan dan strategi terhadap kinerja dibandingkan untuk mengetahui bahwa instrumen nilai kewirausahaan yang digunakan oleh Boohene, *et.al.*(2008) menjadikan koreksi kinerja usaha pemilik/pengelola UKM perempuan. Koreksi *pertama*, patut diduga bahwa instrumen yang digunakan oleh Boohene, *et.al.* (2008) tidak cocok terhadap pemilik/pengelola UKM perempuan di Kebumen. Instrumen nilai kewirausahaan yang digunakan oleh Boohene, *et.al.* (2008) lebih berdasarkan pada nilai-nilai maskulinitas yang tidak cocok dengan pemilik/pengelola UKM perempuan di Kabupaten Kebumen. *Kedua*, patut diduga terdapat faktor lain yang mempengaruhi kinerja pemilik/pengelola UKM perempuan lebih lebih tinggi dari pada laki-laki.

KESIMPULAN PENELITIAN

Dari hasil pengolahan dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik/pengelola UKM secara positif dan dominan mempengaruhi kinerja UKM di Kabupaten Kebumen. Semakin tinggi nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik/pengelola UKM akan mempengaruhi kinerja UKM di Kabupaten Kebumen lebih baik. Sebaliknya, rendahnya nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik/pengelola UKM membuat kinerja UKM Kabupaten Kebumen menjadi tidak menjanjikan.

Pengaruh tidak langsung nilai kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui strategi menunjukkan bahwa variabel strategi berfungsi sebagai variabel mediasi (*mediating variable*) terhadap kinerja usaha. Nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik/pengelola UKM Kabupaten Kebumen berpengaruh dalam penerapan strategi yang secara positif mempengaruhi kinerja UKM Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, peningkatan kinerja UKM di Kabupaten Kebumen harus dilakukan dengan cara memahami, meningkatkan, dan mengamalkan/merealisasikan nilai-nilai kewirausahaan dengan meningkatkan penerapan strategi fungsional yang lebih proaktif.

Meskipun pemilik/pengelola UKM perempuan Kabupaten Kebumen mempunyai nilai kewirausahaan yang lebih rendah dari pada pemilik/pengelola UKM laki-laki Kabupaten Kebumen namun pemilik/pengelola UKM perempuan memiliki tingkat kinerja yang lebih tinggi dari pada laki-laki. Karena pemilik/pengelola UKM perempuan memiliki keunggulan dan potensi dalam menjalankan usahanya Hal ini menunjukkan bahwa nilai kewirausahaan tidak harus melulu identik dengan maskulinitas yang dikemukakan oleh Boohene, *et.al.* (2008). Nilai kewirausahaan yang identik dengan feminitas juga dapat mendukung dan cocok dalam menjalankan usaha, misalnya luwes dalam berkomunikasi, hati-hati, ulet, tekun, sabar, tahan terhadap tekanan, dan teliti.

Gender yang mendasarkan dirinya kepada femininitas dan maskulinitas tidak bisa serta merta menjadi dasar dalam mengidentifikasi sebuah nilai kewirausahaan. Sebab pada dasarnya maskulinitas dan feminitas mempunyai nilai yang berbeda dan masing-masing mempunyai potensi dan keunggulan kompetitif.

Ditengah era kesetaraan gender, perempuan tumbuh dengan kesadaran dan kemauan dalam pemahaman kesetaraan gender, termasuk dalam menjalankan strategi usahanya. Terbukti pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM perempuan tidak berbeda dengan pemilik/pengelola laki-laki. Perempuan memiliki kesadaran dan kemauan keras dalam meningkatkan kemampuan keterampilannya agar dapat meningkatkan usahanya. Potensi dan keunggulan yang melekat pada perempuan mulai dikolaborasikan menjadi sebuah keunggulan dalam berwirausaha.

Kadang perempuan sebagai sumber daya manusia yang kompetitif penuh semangat untuk berwirausaha masih dipandang sebelah mata. Hal ini dapat dilihat dari rendahnya tingkat partisipasi perempuan dalam berwirausaha. Sehingga perlu adanya pemahaman dalam kesetaraan gender dalam membangun kemandirian perempuan berwirausaha.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini terdapat sejumlah keterbatasan yang harus dipertimbangkan. Keterbatasan penelitian ini dikemukakan dalam rangka meminimalkan kemungkinan kesalahan interpretasi terhadap hasil penelitian karena bisa menghindari generalisasi yang kasar. Keterbatasan-keterbatasan penelitian ini antara lain: *pertama*, proporsi sampel perempuan dan laki-laki kurang seimbang. Sampel perempuan lebih kecil dari pada sampel laki-laki. Proporsi sampel yang berjenis kelamin perempuan 30 persen dari seluruh sampel penelitian. *Kedua*, parameter nilai kewirausahaan lebih berdasar pada nilai-nilai maskulinitas.

SARAN PENELITIAN

Dengan mencermati keterbatasan penelitian diatas, peneliti memberikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan bagi penelitian-penelitian dengan tema yang sama di masa yang akan datang. Beberapa saran tersebut antara lain, sebaiknya proporsi sampel seimbang antara sampel yang berjenis kelamin laki-

laki dengan perempuan. Selain itu, untuk penelitian yang akan datang bisa menggunakan nilai-nilai kewirausahaan yang lain.

KONTRIBUSI PENELITIAN

Terlepas dari keterbatasan-keterbatasan penelitian ini diharapkan akan membawa beberapa implikasi yang bermanfaat. Implikasi-implikasinya antara lain: *pertama*, memberikan pemahaman atas kesetaraan gender dalam berwirausaha. Memberikan kesempatan yang sama kepada perempuan dalam menjalankan kegiatan usaha. Sehingga akan tumbuh pelaku usaha kecil menengah perempuan. *Kedua*, meningkatkan kompetensi bagi para pelaku UKM dengan cara meningkatkan pengetahuan, keterampilan, pelatihan, diklat, kursus, studi banding. *Kedua*, memberikan pelatihan-pelatihan kewirausahaan kepada para pelaku UKM pemula. Karena secara positif nilai kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, Nunui Nur. 2009. "*Peran kewirausahaan dalam memperkuat UKM Indonesia Menghadapi krisis Finansial Global.*"
<http://ppa.fe.unpad.ac.id/uploads/files/wp-acc01.pdf>
Diakses tanggal 17 Mei 2010
- Alwi, Syarifuddin. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia; Strategi Keunggulan Kompetitif*. BPFE: Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- Asia Fondation. 2004. "Gender dan Partisipasi Perempuan Di Indonesia"
<http://www.docstoc.com/docs/57639318/Gender-Womens-Participation-Indonesian>
Diakses 16 Januari 2011
- Bapeda Kebumen. "Kebumen Dalam Angka Tahun 2007." 2007
- Budiretnowati, Gunari. Rr. 2008. "*Kajian Tentang UKM Sukses.*"
http://www.smecca.com/kajian/files/Jurnal_3_2008/03_Gunari.pdf
Diakses tanggal 24 April 2010
- Darmawan, I Putu Sugi. 2004. *Analisis Tipe Strategi Industri Kecil Dan Menengah Di Kawasan Sarbagita, Bali*. Program Pascasarjana Universitas Brawijaya Malang.
<http://www.damandiri.or.id/detail.php?id=257>
Diakses tanggal 30 April 2010
- Depkumham. <http://www.depukumham.go.id/xdepkumhamweb>
Diakses tanggal 12 Mei 2010
- Dewi, R Rossana. 2010. *Perempuan: Meniti Jalan Terjal*. Gita Pertiwi.
<http://www.gitapertiwi.org/media-publikasi/artikel/92-perempuan-meniti-jalan-terjal-keadilan.html>
Diakses tanggal 31 Desember 2010
- Fatoni, Azam. 2009. "Potensi Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kabupaten Kebumen". Makalah Dinas Perindagkop Kabupaten Kebumen

- Harsiwi, Th Agung M. 2007. *Perbedaan Gender dalam Konflik Antara Pekerjaan Dan Keluarga Pada Staff Akademisi Perguruan Tinggi Swasta*. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.
<http://www.docstoc.com/docs/48877964/Perbedaan-Gender-Dalam>
 Diakses tanggal 27 Januari 2011
- Hasan, Iqbal. 2002. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
http://www.bappeda.kebumenkab.go.id/data/dda_2007.pdf
 Diakses tanggal 16 April 2010
<http://www.kebumenkab.go.id/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=876> Diakses tanggal 17 Juni 2010
- Imam Ghozali dan Fuad. 2008. *Structual Equation Modeling Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.80*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Indarti, Nurul. 2007. “Rendah, Adopsi Teknologi Informasi oleh UKM di Indonesia.”
<http://nurulindarti.wordpress.com/2007/06/23/rendah-adopsi-teknologi-informasi-oleh-ukm-di-indonesia>.
 Diakses 20 April 2010
- Jauch, Lawrence R. & William F. Glueck. 2001. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga
- Jogianto, H.M. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaparah dan Pengalaman-Pengalaman*. BPFE: Yogyakarta.
- Boohene, *et.al.* 2008. “Gender, Personal Values, Strategies and Small business Performance.” Vol. 27 No. 3 pp 237-257. www.emeraldinsight.com
 Diakses tanggal 25 Maret 2010
- Kotey, B., & Meredith, G. G. (1997). *Relationship Among Owner/Manager Personal Values, Business Strategies, and Enterprises Performance*. *Journal of Small Business Management*. April, 37-64.
- Littunen, H. 2000. *Entrepreneurship and The Characteristics of The Entrepreneurial Personality*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295-309.

- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Mujib, M. Fatkhul. 2010. *Perempuan dan Semangat Kewirausahaan*.
<http://mfatkhulmujib.blogspot.com/>
 Diakses tanggal 31 Desember 2010
- Naqiyah, Najlah. 2005. *Otonomi Perempuan*. Bayu Media Publishing: Malang
 _____”Peran Serta Wanita Dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Koperasi.”
 2006. *Jurnal Pengkajian Koperasi & UKM Nomor 1 Tahun I*.
- Novita, Nayu. 2007. *Nuansa Pink di Kanvas Bisnis*. Femina-Online.
http://www.femina-online.com/issue/issue_detail.asp?id=495&cid=2&views=8
 Diakses tanggal 31 desember 2010
 _____http://www.smecca.com/kajian/files/jurnal/Hal_136.pdf
 Diakses tanggal 16 April 2010
- Pramono, Ristyoyo. 2007. *Pengaruh Dimensi Profesionalisme Auditor Terhadap Pertimbangan Tingkat Materialisme dalam Proses Pengauditan Laporan Keuangan*. Skripsi. Unnes Semarang.
<http://digilib.unnes.ac.id/gsd/collect/skripsi/archives/HASH01d1.dir/doc.pdf>
 Diakses tanggal 27 januari 2011
- Radhi, Fahmi. 2008. *Kebijakan Ekonomi Pro Rakyat Antara Komitmen dan Jargon*. Cetakan I. Jakarta; Republika.
- Ritzer, George & Douglas J. Goodman. 2004. *Teori Sosiologi*. Kreasi wacana: Yogyakarta.
- Robbins, Stephen P. 2007. *Perilaku Organisasi*. Cetakan II. Jakarta: PT Macan Jaya Cemerlang.
- Sekaran. Uma. 2000. *Research Methods For Business*. Third Edition. John Wiley & Son, Inc. New York
- Siagian, Sondang P. 2000. *Manajemen Stratejik*. Cetakan ketiga. Jakarta: Bumi Aksara
- Solimun. 2002. *Structure Equation Model, Lisrel, dan Amos*. Diklat Angkatan II Program Pascasarjana Universitas Brawijaya. Malang

- Subanar, Harimurti. 2001. *Manajemen Usaha Kecil*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Suci, Rahayu Puji. 2009. *Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 11 No. 1, Maret 2009: 46-58.
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/shop/17745/17665>
 Diakses tanggal 31 Desember 2010
- Suhairi. 2006. *Pengaruh Nilai Kepribadian, Strategi Fungsional, dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Prestasi Perusahaan*. Paper disajikan pada kongres ISEI, Manado, 18 - 20 Juni 2006
- Sukirno, Sadono, dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Edisi I. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Syukri, Erna Sofyan. 2003. *Pemberdayaan Perempuan Dalam Pembangunan Berkelanjutan*.
<http://www.lfip.org/english/pdf/bali-seminar/Pemberdayaan%20perempuan%20-%20erna%20sofyan%20syukrie.pdf>
 Diakses tanggal 24 Desember 2010
- Tambunan, Tulus T.H. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia dan Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. "Perempuan Dalam Kemelut Gender". 2002.
http://usupress.usu.ac.id/files/PEREMPUAN%20DALAM%20KEMELUT%20GENDER_Final_normal_bab%201.pdf
 Diakses tanggal 24 April 2010.
- Wibisono, Darmawan. 2006. *Manajemen Kinerja: Konsep, desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Wijanto, Setyo Hari. 2008. *Structural Equation Modeling (SEM) Dengan Lisrel 8.8 + CD*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winardi, J. 2004. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media.