

**ANALISIS PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN
MOTIVASI WIRAUSAHA TERHADAP KINERJA BISNIS
(Studi pada UMKM Tempe Anggota Primkopti Semarang)**

**Chresnawan Teddy Prasetyo
Universitas Diponegoro**

ABSTRACT

In a context of enhancing the competitive advantage, acquiring knowledge is an important factor. This point is the weakest of the MUKM powerlessness. The problem that Group of Small Business and Entrepreneurs often face basically is on the decision making to enhance the firms' performance. Therefore, it is necessary to examine "How to enhance the Group of Small Business and Entrepreneurs's performance, by focusing on the affecting factors." Hence, a model that consists of three variables is developed. Those thress variables are entrepreneurship orientation, entrepreneurship motivation, firms' business.

Data of observed variables is collected through questionnaire. The questionnaire is specially developed to have structured questions about the variables. 90 respondents of owners or people who run MUKM tempe in Primkopti Semarang were asked to answer the questionnaires. Then, data collection is analyzed by Multiple Regression.

The test result shows that the enterpreneurs's orientation has a positive and significant effect on firms' business and enterpreneurs's motivation has a positive and significant effect on firms' business.

Keywords : entrepreneurship orientation, entrepreneurship motivation, firms' business

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Sebagai gambaran, kendati dalam sumbangannya dalam output nasional (PDRB) 56,7 persen dan dalam ekspor non migas 15%, namun UMKM memberi kontribusi sekitar 99 persen dalam jumlah badan usaha di Indonesia serta mempunyai andil 99,6 persen dalam

penyerapan tenaga kerja (Gunadi, 2003).

Salah satu UMKM yang berkembang di Indonesia adalah industri dibidang pangan. Industri pangan merupakan salah satu sektor industri yang sangat penting peranannya dalam perekonomian Indonesia. Disamping mampu memenuhi kebutuhan pangan Indonesia, industri pangan juga dapat menghasilkan devisa untuk Negara (Wirakartakusumah, 1997). Keberadaan industri pangan di Indonesia dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup

banyak serta mampu mendorong berdirinya industri penunjang seperti industri tambahan makanan, industri kemasan, industri mesin dan peralatan pengolahan pangan maupun industri agribisnis.

Pengolahan tempe merupakan kegiatan industri yang menciptakan nilai tambah bagi komoditi pertanian melalui produk olahan dalam bentuk setengah jadi maupun barang jadi yang bahan bakunya berasal dari hasil pertanian. Usaha-usaha pengolahan hasil pertanian yang mengarah pada kegiatan industri yaitu pengolahan hasil pertanian menjadi bahan makanan. Salah satu produk pertanian olahan yang dapat diolah yaitu pengolahan tempe.

Fenomena empiris menunjukkan terjadinya penurunan jumlah UMKM tempe di Primkompti Semarang yang menyebabkan nilai penjualan produk tempe oleh UMKM tempe di Primkompti Semarang juga mengalami penurunan

Mengacu pada permasalahan yang ditemukan pada objek penelitian maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah *“Bagaimana agar industri tempe dapat tetap eksis serta mampu memenuhi kebutuhan dengan hasil produksinya?”*

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

Kinerja Perusahaan

Pelham (1977), mengemukakan bahwa kinerja pemasaran dipengaruhi oleh tiga hal yaitu efektivitas perusahaan (firm effectiveness), pertumbuhan (growth

/ share) dan kemampulabaan. Kinerja usaha memiliki tiga buah indikator yaitu pangsa pasar, jumlah total penjualan dan ROI (Hunt Dan Morgan, 1996). Ukuran kinerja menurut Beal (2000), meliputi: Ukuran profitabilitas (rasio laba dari penjualan, rasio laba modal, dan pengembalian atas asset), pertumbuhan (pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba), total jumlah laba, penguasaan pasar. Menurut Lumpkin & Dess (1966) kinerja diukur dari reputasi, kehendak baik, gambaran publik, komitmen dan kepuasan karyawan.

Sumber daya dan kemampuan perusahaan mempunyai pengaruh penting pada kinerja perusahaan yang dapat dicapai. Sumber daya keuangan, sumber daya fisik, sumber daya manusia, sumber daya organisasi dan sumber daya teknologi sangat menentukan tercapainya kesuksesan perusahaan (Hofer & Schendel, 1978). Ukuran sumber daya dasar dari kemampuan perusahaan untuk mencapai kinerja yang maksimal menurut Chandler & Hanks (1994), yaitu: pemasaran yang inovatif, keahlian pemasaran, karyawan dengan kemampuan yang baik dalam menjual, keahlian membangun produk, keahlian teknis, karyawan yang inovatif, karyawan terlatih dalam memberikan layanan pada konsumen, keahlian dalam melayani konsumen, pelatihan yang baik untuk melayani konsumen, keahlian managerial, keahlian proses teknologi, material bahan baku yang murah, saluran distribusi yang murah, tenaga kerja yang murah, faktor produksi yang murah, ketersediaan modal, produktivitas tenaga kerja yang tinggi,

ketersediaan fasilitas pabrik, peralatan dan produksi.

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Hofer dan Schendel (1) mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola dari tujuan atau tujuan menentukan jenis bisnis atau M. Porter (2) membedakan antara dua jenis strategi: kompetitif strategi dan korporasi strategi. Kompetitif atau strategi bisnis merujuk kepada kompetensi khusus dari perusahaan. Strategi perusahaan merujuk kepada perusahaan dan apa misi dari bisnis yang kuat (Ibrahim AB, 2003).

Strategi ini membangun organisasi mencapai, membangun, membela dan mempertahankan keuntungan yang kompetitif. Membangun perusahaan yang memiliki keuntungan kompetitif dengan berbagai cara seperti kepemimpinan biaya, keunggulan produk dan teknologi, kualitas dan kehandalan layanan. Penelitian telah menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan kecil harus membangun keunggulan kompetitif untuk bersaing. Misalnya, CR Stoner, belajar bidang kompetensi khusus untuk perusahaan kecil, dan sejauh mana mereka membentuk suatu keuntungan kompetitif. Pada beberapa bidang yang berbeda dalam mengidentifikasi kompetensi ini mencakup pengalaman dan pengetahuan, keunikan produk atau layanan, pelayanan yang lebih baik dari rata-rata, lokasi, biaya rendah dan harga, kualitas produk, berbagai produk suasana, reputasi dan metode yang unik.

Gantignon dan Xuereb (1997) menetapkan strategis sebagai orientasi khusus perusahaan dalam menerapkan pendekatan untuk

menciptakan kinerja yang unggul dan berkesinambungan. Orientasi Strategis memberikan panduan atas dasar yang terus menerus untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Orientasi strategis yang mencerminkan konsep manajer “persepsi tentang lingkungan dan reaksi mereka untuk kondisi lingkungan (Hitt et al, 2000). Misalnya salah satu cara efektif untuk memanfaatkan orientasi strategis adalah untuk memperluas kemampuan organisasi dengan menciptakan sebuah budaya organisasi dan perilaku spesifik tempat usaha dan komitmen untuk mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan pelanggan, kemampuan pesaing dan pasar agen (Narver dan Slater, 1990), Akibatnya pendekatan strategis ini berpotensi untuk meningkatkan kemampuan kompetitif untuk berkontribusi meningkatkan kinerja (Han, Kim dan Srivastava, 1998)

Orientasi Kewirausahaan sebagai sumber utama dan kemampuan pada pertumbuhan perusahaan kecil. Pertumbuhan tampaknya sebagai demonstrasi penting dari orientasi kewirausahaan dari perusahaan kecil (Devidsson, 1989; Green dan Brown, 1997; Janney dan Gregory, 2008).

Motivasi Wirausaha

Soekanto Reksohadiprojo (1990) mendefinisikan motivasi sebagai keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi yang ada pada seseorang akan mewujudkan sasaran kepuasan. Moekijat (1992) mengemukakan bahwa motivasi merupakan proses

atau faktor yang mendorong orang untuk bertindak atau berperilaku dengan cara tertentu. Proses motivasi mencakup tiga hal yaitu: pengenalan dan penelitian kebutuhan yang belum terpuaskan, penentuan tujuan yang akan menentukan kepuasan serta penentuan tindakan yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan. Dalam hal ini wirausaha memiliki kebutuhan untuk memajukan usaha sehingga memperoleh tingkat pertumbuhan usaha yang semaksimal mungkin.

Dalam teori motivasi ditetapkan adanya suatu peran individu, adanya dasar motivasional, dan dasar pemikiran tentang alasan dari suatu motivasi. Untuk mengidentifikasi wirausaha yang akan menciptakan pertumbuhan perusahaan dengan tingkat yang tinggi. Penggunaan ukuran motivasional untuk tujuan ini harus menjadi bagian dari keberhasilan usaha, sebab sumber daya ini cenderung untuk mendorong usahawan dengan motivasi yang lebih tinggi (Miner, Smith Bracker, 1989).

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis

Pelham (1977), mengemukakan bahwa kinerja pemasaran dipengaruhi oleh tiga hal yaitu efektivitas perusahaan (firm effectiveness), pertumbuhan / porsi (growth / share) dan kemampuan memperoleh laba. Untuk memastikan dalam suatu perusahaan dapat menjalankan misi untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaannya melalui pertumbuhan dan kemampuan memperoleh laba (Ouchi, 1981).

Pada perusahaan kecil, terdapat hubungan antara keagresifan berkompetisi, lingkungan yang tidak mendukung dan kinerja perusahaan terhadap semakin besar atau semakin kecilnya suatu perusahaan. Pada perusahaan kecil, terdapat hubungan antara keagresifan berkompetisi, kesempurnaan teknologi lingkungan dan kinerja perusahaan, yang menggambarkan umur suatu perusahaan lebih muda atau lebih tua (Covin, 1990) dan terdapat hubungan positif antara perilaku manajemen usahawan dan tipe perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi (Sandler-Smith, Hampson, Chaston dan Bedger, 2003). Penjelasan yang internal untuk pertumbuhan usaha yang muncul dari studi Robert Baum (2001), menekankan usahawan dan peran mereka di dalam merumuskan strategi. Dimulai dengan *hard-working* / kerja keras, usahawan yang proaktif dengan suatu kemampuan teknis, organisasi, dan ketrampilan industri yang kuat. Barangkali oleh karena ketahanan dan proaktif, ketrampilan organisasi, atau motivasi yang tinggi maka akan mencapai tingkat strategi efektif yang bekerja untuk menghasilkan tingkat pertumbuhan usaha yang tinggi. Kita dapat bespekulasi bahwa kecakapan teknis dan industri usahawan tinggi mempengaruhi pertumbuhan usaha.

Pertumbuhan akan terjadi ketika ketajaman keahlian administratif dan manajerial telah dicapai oleh tim manajemen. Cragg dan King (1988) menyatakan bahwa hubungan timbal balik antara perencanaan, aktivitas, orientasi pasar dan karakteristik pengusaha

mempengaruhi kinerja financial perusahaan. Faktor-faktor kebijakan pemasaran (pengembangan produk baru), perencanaan bisnis (termasuk perencanaan strategi dan operasional), jumlah sales staff dan produktivitas pemasaran dan ukuran dari bisnis itu sendiri (Orser, Scott dan Riding, 2000).

Seorang wirausaha harus mengerti tentang lingkungannya dapat memilih peluang dan merumuskan strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang itu (Mintzberg, 1982). Untuk berfungsi secara efektif dalam peran ini memerlukan kemampuan untuk mengenali dan mengambil keuntungan dari kesempatan yang ada. Kemampuan ini dikenal sebagai inti dari kewirausahaan (Timmons, Muzyka, Stevenson & Bygrave, 1987) dan ini tergantung pengetahuan wirausaha tentang pasar (Macmillan, Siegel & Narisimba, 1985). Wirausaha harus berhubungan dengan lingkungan untuk memperoleh dan menggunakan sumber daya. Wirausaha harus mengembangkan program, anggaran, prosedur, mengevaluasi kinerja, dan melaksanakan tugas yang penting untuk menerapkan strategi (Wheelen & Hunger, 1989). Kemampuan sumber daya, mutu dari kesempatan, dan kemampuan wirausaha secara langsung berhubungan dengan pertumbuhan perusahaan dan volume bisnis.

Menurut Dess, Lumpkin, dan Covin (1997), Khandwalla (1997), Miller dan Friesen (1984), Morris dan Paul (1987) pada umumnya perusahaan berorientasi kewirausahaan memiliki kecenderungan untuk menerapkan

strategi perusahaan yang responsive dan antisipatif. Sedangkan menurut Slater dan Naver (1995) memandang kinerja perusahaan sebagai sarana untuk mengaktifkan orientasi kewirausahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Aris Mardiyono (2009) juga membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Puji Suci (2009) juga menunjukkan hasil yang sama mengenai adanya pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil telaah pustaka tersebut di atas maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

$H_1 =$ *Orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja bisnis*

Pengaruh Motivasi Kewirausahaan dengan Kinerja Bisnis

Pertumbuhan akan terjadi ketika ketajaman keahlian administratif dan manajerial telah dicapai oleh tim manajemen. Dan pertumbuhan cenderung terjadi pada perusahaan dengan umur yang lebih muda dan tergantung dengan adanya perencanaan bisnis dihubungkan dengan kinerja. Tercapainya pertumbuhan suatu perusahaan tidak terlepas dari motivasi pemilik perusahaan. Motivasi untuk tumbuh tidak hanya karena alasan ekonomi tapi dapat juga alasan kebutuhan akan rasa hormat yang lebih besar dari masyarakat.

Penelitian menunjukkan bahwa orang akan menjadi paling produktif

bila sasaran ditetapkan pada tingkat yang menimbulkan motivasi cukup tinggi sehingga menimbulkan tantangan tetapi tidak terlalu tinggi sehingga menimbulkan frustrasi atau terlalu rendah sehingga sangat mudah dicapai (Max. 1986).

Dengan mempunyai rasa percaya diri wirausaha yang tinggi menurut (Bandura, 1986) dalam hubungan dengan kemampuan mereka untuk memulai dan menumbuhkan usaha mereka dihubungkan dengan kinerja usaha (Chandler & Jansen, 1992).

Penelitian Muhammad Buswari, Armanu Thoyib, Agung Yuniarinto (2004) menunjukkan bahwa nilai pribadi yang dimiliki pengusaha menentukan tingkat kinerja yang dicapai perusahaan. Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Wayan Gede Supartha (2009) menunjukkan bahwa motivasi pengusaha terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil telaah pustaka tersebut diatas maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H₂ = Semakin kuat motivasi wirausaha untuk dapat berhasil dalam usahanya maka akan semakin tinggi pula kinerja bisnis yang dicapai

METODE PENELITIAN

Populasi

Objek penelitian adalah UMKM Tempe yang menjadi anggota Primkopti Semarang. Sedangkan unit riset atau populasi dari penelitian ini adalah UMKM

Tempe yang menjadi anggota Primkopti Semarang yang berjumlah 116 orang.

Sampel

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebagai sumber informasi dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin (Supramono, 2004):

$$n = \frac{N}{1 + N(moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = populasi

moe = *margin of error max* yaitu tingkat kesalahan maksimal yang masih dapat ditoleransi, yaitu 5%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(moe)^2}$$

$$n = \frac{116}{1 + (116 \times 0,05^2)}$$

$$n = 89,9$$

Mengacu pada hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin maka dapat disimpulkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 90 responden.

Pengumpulan Data

Data penelitian yang akan dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan metode survai dan wawancara. Kuesioner yang telah diuji *content validity dan reliability*, kemudian dilakukan uji coba di lapangan agar diperoleh perbaikan konsistensi dan validitas instrumen penelitian (kuesioner).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket tertutup yaitu angket yang digunakan untuk mendapatkan data tentang indikator-indikator variabel penelitian dengan menggunakan *Semantic Differential Scale* (Cooper dan Emory, 2006). *Semantic Differential Scale* merupakan metode pengukuran sikap dengan menggunakan skala penilaian secara verbal dua kutub (bipolar) penilaian yang ekstrim, misal: kuat – lemah, baik – buruk, tidak setuju - setuju. Pertanyaan-pertanyaan dalam angket tertutup dibuat dengan menggunakan skala 1 – 10 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai sebagai sebagai berikut :

Teknik Analisis Data

Metode regresi berganda ini dikembangkan untuk mengestimasi nilai variabel dependen (Y) dengan menggunakan lebih dari satu variabel independen (X). Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kinerja bisnis
- X₁ = Orientasi kewirausahaan
- X₂ = Motivasi wirausaha
- α₁ = Konstanta
- β₁, β₂ = Koefisien Regresi
- e = Error

1. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang akan diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis dilakukan secara

parsial dengan menggunakan uji t dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai t hitung > t tabel atau nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen terbukti secara statistik berpengaruh terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai t hitung < t tabel atau nilai signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak terbukti secara statistik berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Uji Kelayakan Model

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis. Untuk menguji kelayakan model penelitian ini digunakan Uji Anova (uji F) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai F hitung > F tabel atau nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang diuji merupakan variabel yang tepat dalam memprediksi variabel dependen
- b. Jika nilai F hitung < F tabel atau nilai signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang diuji merupakan variabel yang tidak tepat dalam memprediksi variabel dependen

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar kemampuan model (variabel independe) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana nilai R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$, artinya :

- Jika nilai R^2 semakin mendekati nol berarti kemampuan variabel orientasi kewirausahaan dan motivasi wirausaha dalam menjelaskan variasi pada variabel kinerja bisnis semakin kecil.
- Jika nilai R^2 semakin mendekati satu berarti kemampuan variabel orientasi kewirausahaan dan motivasi wirausaha dalam menjelaskan variasi pada variabel kinerja bisnis semakin besar.

ANALISIS DATA

Uji regresi berganda merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Dalam pengujian dengan uji regresi berganda, terdapat dua tahap analisis yang harus dilakukan, yaitu uji uji hipotesis dan analisis nilai koefisien determinasi. Adapun hasil pengujian tersebut diuraikan di bawah ini.

Uji Hipotesis

Pengujian terhadap ketiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji t. Hasil pengujiannya disajikan dalam Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1
Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,344	1,344		-3,231	,002
	Orientasi Kewirausahaan	,304	,044	,393	6,852	,000
	Motivasi Wirausaha	,647	,053	,696	12,127	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2012

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel orientasi kewirausahaan dan motivasi wirausaha maka dapat dirumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,393 X_1 + 0,696 X_2$$

Dimana :

- Y = Kinerja bisnis
 X_1 = Orientasi kewirausahaan
 X_2 = Motivasi wirausaha

Dengan menggunakan persamaan regresi pada model regresi berganda di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- $\beta_1 = 0,393$
 β_1 bertanda positif yang menunjukkan besarnya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis, artinya jika orientasi kewirausahaan ditingkatkan maka kinerja bisnis

juga akan turut meningkat.

2. $\beta_2 = 0,696$
 β_2 bertanda positif yang menunjukkan besarnya pengaruh motivasi wirausaha terhadap kinerja bisnis, artinya jika motivasi wirausaha ditingkatkan maka kinerja bisnis juga akan turut meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh dengan menggunakan uji t maka dapat diketahui bahwa variabel motivasi wirausaha memiliki pengaruh yang dominan dalam meningkatkan kinerja bisnis kemudian diikuti oleh variabel orientasi kewirausahaan.

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama dilakukan terhadap variabel orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis. Hasil pengujian kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi dari pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis adalah sebesar 0,393, dengan nilai t hitung sebesar 6,852 dan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi yang dihasilkan adalah $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa "**Orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja bisnis**" dapat diterima dan dibuktikan secara statistik.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis kedua dilakukan terhadap variabel motivasi wirausaha dan kinerja bisnis. Hasil pengujian kedua

variabel tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi dari pengaruh motivasi wirausaha terhadap kinerja bisnis adalah sebesar 0,696, dengan nilai t hitung sebesar 12,127 dan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi yang dihasilkan adalah $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa "**Semakin besar motivasi wirausaha untuk dapat berhasil dalam usahanya maka akan semakin tinggi pula kinerja bisnis yang dicapai**" dapat diterima dan dibuktikan secara statistik.

Pengujian Kelayakan Model

Pengujian kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis. Untuk menguji kelayakan model penelitian ini digunakan Uji Anova (uji F) dengan kriteria sebagai berikut :

- c. Jika nilai F hitung $> F$ tabel pada df (2 ; 87 ; 0,05) adalah sebesar 3,101 atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas yang diuji merupakan variabel yang tepat dalam memprediksi variabel terikat
- d. Jika nilai F hitung $< F$ tabel pada df (2 ; 87 ; 0,05) adalah sebesar 3,101 atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas yang diuji merupakan variabel yang tidak tepat dalam memprediksi variabel terikat

Tabel 2
Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1816,163	2	908,082	111,772	,000 ^a
	Residual	706,826	87	8,124		
	Total	2522,989	89			

a. Predictors: (Constant), Motivasi Wirausaha, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Hasil pengujian kelayakan model menghasilkan nilai F hitung sebesar 111,772 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Apabila nilai-nilai hasil perhitungan tersebut dibandingkan dengan nilai ketentuannya maka diperoleh hasil bahwa nilai F hitung sebesar 111,772 > nilai tabel (3,101) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Mengacu pada hasil analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa

variabel orientasi kewirausahaan dan motivasi wirausaha merupakan variabel yang layak atau tepat untuk menjelaskan terjadinya variasi pada variabel kinerja bisnis.

Koefisien Determinasi

Analisis terhadap nilai koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen.

Tabel 3
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848 ^a	,720	,713	2,850

a. Predictors: (Constant), Motivasi Wirausaha, Orientasi Kewirausahaan

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2012

Koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai Adjusted R Square. Hal ini disebabkan oleh adanya kelemahan dalam penggunaan koefisien determinasi, yaitu terjadinya bias terhadap jumlah variabel bebas yang digunakan karena setiap tambahan satu variabel

bebas akan meningkatkan R² walaupun variabel tersebut tidak signifikan. Oleh sebab itu dianjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R Square.

Nilai Adjusted R Square pada penelitian ini yaitu sebesar 0,713 atau sebesar 71,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

independen yang meliputi orientasi kewirausahaan dan motivasi wirausaha mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kinerja bisnis adalah sebesar 71,3% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kesimpulan Hipotesis

Dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh positif yang signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan perusahaan untuk melakukan inovasi, berani mengambil resiko, dan bertindak proaktif akan berdampak pada peningkatan kinerja bisnis UMKM tempe. Semakin tinggi derajat orientasi kewirausahaan yang diterapkan oleh pengelola UMKM tempe maka akan semakin tinggi kinerja bisnis yang diperoleh UMKM tempe tersebut.

Dari pengolahan data diketahui pula bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh positif yang signifikan antara motivasi wirausaha terhadap kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan perusahaan untuk selalu mencapai prestasi, kesediaan mengambil resiko, perencanaan masa depan, dan pencarian ide kreatif akan berdampak pada peningkatan kinerja bisnis UMKM tempe. Semakin tinggi derajat motivasi wirausaha yang diterapkan oleh pengelola

UMKM tempe maka akan semakin tinggi kinerja bisnis yang diperoleh UMKM tempe tersebut.

Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil analisis terhadap jawaban dari responden sebagaimana yang telah diuraikan pada bab IV ini maka beberapa implikasi teoritis yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara orientasi wirausaha terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian penelitian ini memberi dukungan pada penelitian Lumpkin dan Dess (1996) dan Frese dkk (2002) yang menemukan hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja bisnis.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara motivasi wirausaha terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian penelitian ini memberi dukungan pada penelitian Bandura (1986), Adeline (2011), dan Kadeni (2009) yang menemukan pengaruh positif antara motivasi wirausaha dengan kinerja bisnis.

Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja bisnis UMKM tempe anggota Primkopti Semarang dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan dan motivasi wirausaha. Oleh sebab itu maka terdapat beberapa implikasi

manajerial yang dapat dirumuskan untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM tempe anggota Primkopti Semarang diprioritaskan pada perbaikan motivasi wirausaha dan diikuti oleh orientasi kewirausahaan.

Pertama, untuk meningkatkan kinerja bisnis maka terdapat beberapa implikasi manajerial yang harus dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan dengan motivasi wirausaha, yaitu sebagai berikut:

1. Perlunya membangun budaya usaha dengan cara: (1) Menanamkan semangat dan etos kerja keras, bahwa tidak akan ada kesuksesan tanpa ada pengorbanan, (2) Memberi arti yang tinggi terhadap waktu, sehingga waktu tidak berlalu begitu saja, dengan demikian produktivitas KUMKM akan meningkat, (3) Memperkuat upaya pencapaian visi dan misi sesuai dengan perencanaan dan program kerja yang telah ditentukan, (4) Membangun sinergitas, relasi dan networking yang kuat dengan semua unsur yang terkait dengan usaha, (5) Menjadikan kejujuran sebagai nilai yang berkembang dan dihayati konsisten secara bersama, dan (6) Membangun image yang positif terhadap usaha, baik produk fisik maupun layanannya, demikian juga dengan manajemennya.
2. Seseorang wirausaha berhasil tentunya mempunyai lima karakter unggul wirausaha (opportunity seeker, network builder, smart leader, hard worker, progress demander) serta kompetensi mengelola bisnis. Karakter dan kompetensi tersebut dapat diasah dan diperoleh melalui pelatihan dalam bentuk pengelolaan resiko atau risk management.
3. UKM perlu secepatnya memperbaiki mentalitas berusaha menjadi lebih profesional. Dalam konteks ini mentalitas yang dimaksud lebih kepada mentalitas bersaing. Mentalitas bersaing memiliki kaitan erat dengan dimensi kesadaran, meliputi: (1) menumbuhkan kesadaran mutu layanan yang lebih baik, (2) menumbuhkan kesadaran organisasi yang sehat, (3) kesadaran terhadap lingkungan usaha yang semakin dinamis
4. Perlunya tahapan dalam pengelolaan bisnis/usaha:
 - a. Pada tahap awal bisnis baru sebaiknya dikelola dengan penuh konsentrasi dan kehati-hatian agar bisa normal berjalan. Usaha bisnis yang sedang dijalankan sebaiknya berkonsentrasi pada produk dan segmen pasar tertentu.
 - b. Ketika bisnis baru sudah mulai berjalan lancar, maka usaha bisnis harus mulai diperbesar dengan meluncurkan produk baru atau menambah segmen pasar yang dituju.
 - c. Bisnis jaman sekarang merupakan bisnis dengan tingkat kompetisi tinggi. Tidak peduli bisnis yang ada merupakan bisnis baru atau bisnis lama, kompetisi berlaku untuk keduanya. Artinya semua bisnis akan menghadapi tantangan kompetisi yang sama. Untuk

menjawab tantangan kompetisi seperti ini, kreativitas dan inovasi menjadi salah satu jawaban ideal. Karenanya bagi bisnis dan pebisnis baru, memerlukan kreativitas dan inovasi.

Kedua, untuk meningkatkan kinerja bisnis maka terdapat beberapa implikasi manajerial yang harus dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan dengan orientasi kewirausahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Kewirausahaan bisa ditingkatkan dengan penyelenggaraan pertemuan para wirausaha sukses di seluruh dunia, mendukung perspektif internasional mereka, dan menciptakan kondisi saling berbagi pengalaman serta mengembangkan jejaring global inkubator high-growth. Penyelenggaraan temu-bisnis perusahaan multinasional dengan para wirausaha baru juga akan efektif untuk mendorong kewirausahaan.
2. Kewirausahaan bisa ditingkatkan melalui pengembangan kerjasama riset dengan berbagai pihak terkait, mengangkat duta wirausaha dengan kepala daerah sebagai motor utama, dan menyediakan fasilitas ritel dengan biaya rendah.
3. Edukasi wirausaha bisa dioptimalkan antara lain dengan merancang sistem akreditasi dan metode pengajaran yang dibutuhkan untuk mempercepat terciptanya wawasan kewirausahaan;

mengembangkan cara pembelajaran baru yang mendorong kreatifitas dan keberanian untuk mengambil resiko; mendorong pemerintah, pebisnis, orang tua, guru, dan pelajar untuk lebih menghargai kewirausahaan dari segi sosial maupun ekonomi; dan merancang program pelatihan untuk mendorong sensitivitas pada kewirausahaan.

4. Kewirausahaan bisa ditumbuhkembangkan dengan mempercepat perubahan *mindset* warga miskin, menyusun kebijakan pemerintah yang kondusif dan menciptakan kluster.

Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini memberi sumbangan terhadap hasil-hasil yang telah dicapai dalam penelitian terdahulu, akan tetapi masih ada beberapa keterbatasan yang seharusnya menjadi perhatian oleh para peneliti mendatang. Beberapa keterbatasan tersebut adalah :

1. Obyek yang diteliti hanya terbatas pada usaha kecil jenis industri tempe serta wilayah penelitian hanya pada UMKM tempe anggota Primkopti Semarang. Keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti menjadi satu penyebab terbatasnya lingkup obyek penelitian yang diambil dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini tidak dapat digeneralisir pada obyek yang memiliki karakteristik berbeda dengan obyek yang

digunakan dalam penelitian ini.

Agenda Penelitian Mendatang

1. Penelitian mendatang yang melakukan penelitian tetap dalam kerangka pendekatan teori kontingensi dapat mencoba menggunakan teknik pengujian lain yaitu teknik pengujian *path analysis*, *subgroup analysis* atau *deviation approach* seperti yang disarankan Riyanto (2001) agar diperoleh perspektif lain dari penelitian ini.
2. Penelitian mendatang sebaiknya disarankan untuk mereplikasi penelitian ini dengan menggunakan sampel lebih besar dan luas secara geografis, demografis, maupun cakupan industrinya. Hal tersebut dimaksudkan agar tercapai perkembangan pemahaman dan generalisasi paradigma mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan motivasi wirausaha terhadap kinerja bisnis.

DAFTAR REFRENSI

- Adeline (2011), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Budidaya Lele Sangkuriang, Jurnal Ekonomi Manajemen
- Aris Mardiyono (2009), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Media Ekonomi

dan Manajemen, 20 (2), 159-169.

- Baron Robert dan Markman Gideon, 2000, *Beyond Social Capital : How Social Skills can Enhance Entrepreneurs' Success*, **Academy of Management Executive**, Vol.14, No.1, p.106-116
- Beal Reginald, 2000, *Competing Effectively : Environmental Scanning, Competitive Strategy, dan Organizational Performance in Small Manufacturing Firms*, **Journal of Small Business management**, Januari, p. 27-47
- Chandler Gaylen N., Steven H. Hanks, 1994, *Founder Competence, the Environment, and Venture Performance*, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Spring, p.77-89
- Chaston Ian dan Mangles Terry, 1997, *Core Capabilities as Predictors of Growth Potential in Small Manufacturing Firms*, **Journal of Small Business Management**, Januari, 47-57
- Chrisman.J.james, Alan Bauerschmidt, Charles W.Hofer, 1998, *The Determinants of New Venture Performance : an Extended Mode*, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Fall, p.5-29

- Evans David S, 1987, *Test of Alternative Theories of Firm Growth*, **Journal of Political Economy**, Vol.95, no.4, p.657-674
- Evans Dylan Jones, 1996, *Technical Entrepreneurship, Strategy and Experience*, **International Small Business Journal**, Vol.14, No.3, p.15-39
- Ferdinand, Agusty, 2000, **Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen**, seri Pustaka Kunci No.02, Semarang : Program magister Manajemen Universitas Diponegoro
- Gozali Imam, 2001, **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SpSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Green H.Donna., Donald W.Barclay & Adrian B.Ryan, 1995, *Entry Strategy and Long-Term Performance : Conceptualization and Empirical Examination*, **Journal of Marketing**, Vol.59 (October), p.1-16
- Grewal Rajdeep & Patriya Tansuhaj, 2001, *Building Organizational Capabilities for Managing Economic Crisis : The Role of Market Orientation and Strategic Flexibility*, **Journal of Marketing**, Vol.65 (April), p.67-80
- Hamilton R.T & Lucy Lawrence, 2001, *Explaining Size Differences in Smaller Firms*, **International Small Business Journal**, Vol.19, No.2, p.49-60
- Hill W.L.Charles & Scott A. Snell, 1989, *Effect of Ownership Structure and Control on Corporate Productivity*, **Academy of Management Journal**, Vol.32, No.1, p.25-46
- Kotey, Bernice and G.G.Meredith, 1997, *Relationship among Owner/manager Personal Values, Business Strategies, and Entreprise Performance*, **Journal of Small Business Management**, April, p.37-64
- Li Tiger & Roger J.Calantone, 1998, *The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage : Conceptualization and Empirical Examination*, **Journal of Marketing**, Vol.62 (Oktober), p.13-29
- Lumpkin G.T and Gregory G.Dess., 1996, *Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance*, **Academy of Management Review**, Vo.21, No.1, P.135-172
- Matsuno Ken, John T.Mentzer & Aysegul Ozsomer, 2002, *The Effects of Entrepreneurial Proclivity plus Market Orientation on Business Performance*, **Journal of Marketing**, Vol.66 (July), p.18-32

- Miller Danny, Droge Cornelia dan Toulouse Jean-Marie, 1988, *Strategic Process and Content As Mediators Between Organizational Context and Structure*, **Academy of Management Journal**, Vol.31, No.31, p.544-569
- Miner dan Norman R.Smith, 1989, *Role of Entrepreneurial Task Motivation in The Growth of Technologically Innovative Firms*, **Journal of Applied Psychology**, Vol.74, No.4, p.554-560
- Muhammad Buswari, Armanu Thoyib, Agung Yuniarinto (2004), Hubungan Nilai-Nilai Pribadi Pengusaha, Strategi Bisnis terhadap Kinerja Industri Keramik di Kota Malang, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2 (3), 549-569.
- Orser J.Barbara, Sandy Hogarth-Scott, and Allan L.Riding., 2000, *Performance, Firm Size, and management Problem Solving*, **Journal of Small Business Management**, October, p.42-58
- Pan Yigang, Shaomin Li& David K.Tse, 1999, *The Impact of Order and Mode of Market Entry on Profitability and Market Share*, **Journal of International Business Studies**, 30,1(first quarter), p.81-104
- Pelham & Wilson, 1996, *A Longitudinal Study of The Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance*, **Journal of The Academy of Marketing Science**, Vol.24, No.1, p.27-43
- Pelham. Alfred M., 1997, *Mediating Influence on the Relationship Between Market Orientation and profitability in Small Industrial Firms*, **Journal of Marketing theory and practice**, Summer, p.55-76
- Rahayu Puji Suci (2009), Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11 (1), 46-58.
- Robert J.Baum, Locke Edwin & Smith Ken, 2001, *A Multidimensional Model of Venture Growth*, **Academy of Management Journal**, Vol.44, no.2, p.292-303
- Sadler-Smith Eugene, Yue hampson, Ia Chaston, dan Beryl Badger, 2003, *Managerial Entrepreneurial Style, and Small Firm Performance*, **Journal of Small Business Management**, 41(1), p.47-67
- Voss B.Glenn & Zannie Giraud Voss, 2000, *Strategic Orientation and Firm Performance in An Artistic Encironment*, **Journal of Marketing**, Vol.64 (January) : 67-83

Wayan Gede Supartha (2009), Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Pengusaha terhadap Budaya serta Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro dan Kecil di Kota Denpasar, *Matrik*, 3 (1), 70-87.

Yun Lin, carol Yeh, 1998, Success Factors of Small and Medium Sized Enterprise in Taiwan : an Analysis of Cases, **Journal of Small Business Management**, p.43-56