

Pengaruh Personal Characteristis Pengusaha UMKM Melalui Entrepreneurial Orientation Terhadap Kinerja Bisnis UMBKM di Kota Pasuruan

by Yurilla Endah Muliatie

Submission date: 07-Jul-2022 01:05PM (UTC+0700)

Submission ID: 1867608305

File name: 3-Article_Text-2-2-10-20171203.pdf (323.61K)

Word count: 5284

Character count: 34578

Pengaruh *Personal Characteristics* Pengusaha UMKM Melalui *Entrepreneurial Orientation* Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Kota Pasuruan

Haryono
Yurilla Endah Muliatie
Universitas Wijaya Putra Surabaya

ABSTRACT

Pasuruan has some excellent products produced by UMKM spread in Pasuruan City area. One of them is furniture which is commonly found in the South of Pasuruan City e.g Kelurahan Bukir, Kelurahan Sehani, Kelurahan Krapyakrejo, Kelurahan Randusari, Kelurahan Gentong, Kelurahan Petahunan and Kelurahan Karangketug. Labor is largely composed of families and neighbors around the area so that the industry can have a significant impact on improving the economy of local communities. Have a pretty good prospect to develop. The existence of micro, small and medium businesses in the Pasuruan city is a strategic industry that becomes an opportunity for improvement of the regional economy. Micro, small and medium businesses (UMKM) in addition can absorb a very large number of workers which means reducing the unemployment rate, as well as economic development. Based on the background that has been described above, the researcher choose the title of this study as follows: "The Influenced Of Personal Characteristics Of UMKM'S Entrepreneur Through Entrepreneurial Orientation To UMKM Business Performance In Pasuruan City".

The type of this research is using quantitative approach, the data in the form of numbers will be analyzed using statistical methods. This type of research is causal, because it tries to know the cause or effect relationship of mutual influence between two or more variables under investigation. Population of this study is the furniture UMKM's entrepreneurs in the Pasuruan city. The sample is 54 people of furniture UMKM's entrepreneurs in Pasuruan city.

Based on the results of research concluded that: (1) Personal Characteristics have a significant effect on the performance of UMKM business in Pasuruan city. (2) Entrepreneurial Orientation has a significant effect on business performance of UMKM in Pasuruan city. (3) Personal Characteristics have a significant effect on the performance of UMKM business in Pasuruan city through entrepreneurial orientation.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan dikatakan sebagai salah satu faktor yang dapat mendorong peningkatan perekonomian Indonesia karena memiliki beberapa alasan. Diantaranya dapat meningkatkan kreatifitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya, masyarakat tidak bergantung kepada pemerintah seperti PNS (Pegawai Negeri Sipil), dan juga dapat menarik investasi dari Negara asing untuk menanamkan modalnya di Indonesia apabila kewirausahaan berjalan dengan baik (Alfudin, A., & Sukoco, 2017).

Untuk dapat berwirausaha dibutuhkan kemauan dan niat yang kuat.

Hal ini yang sangat dibutuhkan oleh penduduk Indonesia. Mayoritas penduduk Indonesia memilih bekerja di kantor pemerintahan karena berfikir menjadi wirausaha kurang menjanjikan dan memiliki resiko yang lebih tinggi. Sedangkan di Negara maju seperti Amerika Serikat, penduduk di Negara tersebut hanya berjumlah 6% yang ingin bekerja di kantor pemerintahan. Dan pada tahun 1990-an, diketahui 60% pelajar SMA di Amerika ingin menjadi pengusaha.

Jika hal-hal tersebut terus dibiarkan, kewirausahaan di Indonesia tidak akan berkembang dan tidak dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

Oleh karena itu, dibutuhkan perhatian pemerintah serta kesadaran masyarakat dalam mengembangkan bidang kewirausahaan. Karena dengan berkembangnya kewirausahaan, dapat mengembangkan perekonomian Negara. Contohnya, bertambahnya devisa Negara karena banyaknya investor yang menanamkan modalnya di Indonesia. Penduduk dapat membantu mewujudkan peningkatan perekonomian dengan berwirausaha dan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia di Indonesia. Dengan demikian omset dari usaha tersebut dapat menambah pembayaran pajak yang akan membantu menambah pendapatan Negara. Perkembangan kewirausahaan juga dapat mengurangi jumlah pengangguran, jika demikian Negara Indonesia dapat terus berkembang bahkan menjadi Negara maju (Wajdi, Ummah, & Sari, 2017).

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah usaha menurut hasil sementara pendaftaran usaha Sensus Ekonomi (SE) 2016 sebanyak 26,7 juta wirausahawan non-pertanian atau naik sekitar 17,6% atau sekitar 4 juta orang dari hasil SE 2006 sebesar 22,7 juta wirausahawan. Adapun pertumbuhan jumlah usaha, menurut BPS, turut memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi meski pada periode Maret 2016, kontribusinya belum terlalu signifikan.

Pengembangan kewirausahaan sendiri di Indonesia tidaklah mudah. Berdasarkan penelitian dari *Entrepreneurship Working Group* (2004), terlihat bahwa hanya sedikit wirausaha yang berhasil menjadi pengusaha besar. Oleh karena itu untuk menumbuhkan perilaku wirausaha pada masyarakat luas khususnya para pencari kerja akan sangat penting dan strategis bagi pengembangan sumber daya manusia Indonesia yang bermutu, memiliki kejiwaan dalam menciptakan peluang usaha sendiri yang kreatif seperti membuka bisnis, mulai dari bisnis makanan, garmen, dan berbagai

bisnis lainnya. Usaha yang dirintis ini termasuk dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara ini sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

Keberhasilan suatu UMKM bergantung pada modal manusianya, terutama yang dimiliki oleh pengusaha UMKM tersebut. Ketika seorang pengusaha mulai berbisnis, ia membawa satu paket yang unik yaitu modal manusia untuk berbisnis sebagai bagian dari sumber daya bagi perusahaan. Penrose (1959) berpendapat bahwa "modal manusia, seperti keterampilan pengusaha, pengalaman, dan karakteristik pribadi lainnya merupakan sumber daya kunci perusahaan". Karakteristik pribadi sendiri memiliki dampak langsung yang besar pada kinerja perusahaan (Swiss dan Huang, 2007; Adams *et al.*, 2005), dan dampak tidak langsung terhadap kinerja yang dimediasi oleh kecepatan pengambilan keputusan, jenis keputusan, dan strategi perumusan (Karami *et al.*, 2006).

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya suatu motif, yaitu motif berprestasi. Motif berprestasi adalah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik guna memperoleh kepuasan pribadi. Bagi orang-orang yang memiliki *need for achievement* (n-Ach) yang tinggi, uang bukanlah pemicu motivasi, tetapi lebih

berperan sebagai tolok ukur pencapaian sasaran.

Selain *need for achievement*, juga terdapat *internal locus of control* yang dimiliki oleh seorang pengusaha. Lefcourt dalam Smet (1994) menyatakan bahwa "*internal locus of control* (ILOC) adalah derajat individu dalam memandang peristiwa-peristiwa dalam kehidupannya sebagai konsekuensi perbuatannya, sehingga dapat dikontrol". Jika menempatkan konsep ILOC dalam konteks pengusaha di lingkungan bisnis yang kompetitif, dapat dibayangkan bahwa seorang pengusaha dengan ILOC yang kuat akan percaya bahwa pengusaha tersebut dapat membuat sesuatu hal itu terjadi, dan bahwa keberhasilan atau kegagalan usaha merupakan hasil dari tindakan pengusaha itu sendiri. Manajer dan pengusaha dengan ILOC yang tinggi juga cenderung lebih inovatif (Miller dan Toulouse, 1986) dan efektif (Govindarajan, 1989).

Disamping itu juga terdapat *need for cognition* (NFC). Para pengusaha dengan tingkat NFC yang lebih tinggi memiliki sikap positif terhadap rangsangan yang membutuhkan pemikiran yang kompleks (Cacioppo *et al.*, 1986). Selain itu, pengusaha dengan tingkat NFC yang lebih tinggi juga mendukung pencarian informasi yang luas, sedangkan dengan tingkat NFC yang rendah lebih memilih sumber informasi yang sudah ada dan lebih cenderung bertindak berdasarkan persepsi dan perasaan (Mourali *et al.*, 2005).

Kota Pasuruan memiliki beberapa produk unggulan yang diproduksi oleh UMKM yang tersebar di wilayah Kota Pasuruan. Salah satunya adalah mebel. Usaha mebel banyak dijumpai di wilayah Selatan Kota Pasuruan yang meliputi Kelurahan Bukir, Kelurahan Sebani, Kelurahan Krapyakrejo, Kelurahan Randusari, Kelurahan Gentong, Kelurahan Petahunan serta Kelurahan Karangketug.

Tenaga kerja sebagian besar terdiri dari keluarga dan tetangga sekitar sehingga industri ini dapat memberikan dampak yang cukup signifikan dalam peningkatan perekonomian masyarakat setempat. Memiliki prospek yang cukup bagus untuk dikembangkan karena tidak hanya dipasarkan di dalam kota saja, namun jaringan pemasarannya sudah mencapai luar kota, bahkan sampai ke luar negeri.

Keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah yang ada di kota Pasuruan merupakan industri strategis yang menjadi peluang bagi peningkatan perekonomian daerah. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tersebut selain dapat menyerap tenaga kerja yang sangat banyak jumlahnya yang berarti mengurangi tingkat pengangguran, juga pembawa kehidupan bagi perekonomian. Program dasar dari pembangunan ekonomi di daerah Pasuruan itu sendiri adalah meningkatkan perekonomian rakyat dengan menumbuhkan iklim usaha yang kondusif dengan mengutamakan UMKM dan koperasi sebagai modal dasar pertumbuhan ekonomi serta menggerakkan sektor swasta nasional maupun luar negeri sebagai pemodal.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti mengambil judul penelitian ini sebagai berikut: "Pengaruh *Personal Characteristics* Pengusaha UMKM Melalui *Entrepreneurial Orientation* Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Kota Pasuruan".

TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis dapat diterjemahkan sebagai hasil atau prestasi kerja yang didapat oleh suatu organisasi. Prestasi kerja perusahaan merupakan hasil dari kerja keras para manajernya, perusahaan biasanya memiliki target yang secara eksplisit diberikan kepada

para manajernya untuk selanjutnya dapat dievaluasi hasil pencapaiannya sebagai bentuk kinerja (Merchant *et al.*, 2000 dalam Moer, 2001). Target yang dijadikan acuan akan berimbas pada manajerial perusahaan. Semakin sulit target yang ditentukan untuk organisasi maka semakin besar usaha yang dibutuhkan untuk mencapainya.

Menurut Walker dan Ruekert (1987) yang dikutip Sutianti (2006) kinerja perusahaan memiliki tiga dimensi, antara lain:

1. Efektivitas
Efektivitas terkait dengan perbandingan kondisi dan tingkat kesuksesan perusahaan. Efektivitas perusahaan dapat dinilai dari tingkat pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, retensi pelanggan, kepuasan dan tingkat complain pelanggan.
2. Efisiensi
Efisiensi terkait dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola rasio input dan output, biaya tenaga kerja, tingkat produk gagal, dan tingkat penggunaan mesin perusahaan. Penilaian ini bisa diukur dengan menggunakan tingkat pengembalian investasi dan laba sebelum pajak.
3. Adaptivitas
Adaptivitas terkait dengan kemampuan perusahaan dalam merespon perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungannya. Penilaian adaptivitas bisa dilakukan dengan melihat rasio penjualan dan volume penjualan dari produk baru.

Personal Characteristics

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa motivasi berprestasi berpengaruh positif terhadap kecepatan seorang pengusaha dalam mengambil keputusan (Kauer *et al.*, 2007), sikap berani mengambil risiko mempengaruhi keputusan strategis suatu pengusaha dalam membentuk aliansi dengan bisnis lain (Pansiri, 2007). Pengusaha dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih mungkin untuk

mengembangkan rencana strategis formal (Karami *et al.*, 2006), dan intuisi menyebabkan pengusaha lebih menyukai strategi prospektor (Gallen, 2006).

Menurut Zhang dan Bruning (2011), terdapat tiga *personal characteristics* yang dimiliki oleh pengusaha antara lain, *need for achievement* (n-Ach), *internal locus of control* (ILOC), dan *need for cognition* (NFC).

1. Need For Achievement

Salah satu motivasi yang mempengaruhi perilaku manusia adalah motivasi berprestasi. Motivasi berprestasi pertama kali dikemukakan oleh David Mc Clelland berdasarkan penelitian yang dilakukan di India. Mc Clelland menemukan bahwa pengusaha, ilmuwan, dan profesional mempunyai tingkat motivasi berprestasi di atas rata-rata. Seorang pengusaha termotivasi tidak semata-mata karena ingin mencapai keuntungan, tetapi karena ia mempunyai keinginan yang kuat untuk berprestasi.

Terdapat empat item untuk mengukur *need for achievement* (Wu *et al.*, 2007), antara lain:

1. Keharusan untuk mengalami suatu tantangan
2. Keharusan untuk terus belajar
3. Kebutuhan akan pengembangan pribadi
4. Keharusan untuk membuktikan bahwa dirinya dapat berhasil dan sukses

2. Internal Locus of Control

Pengertian *locus of control* adalah derajat keyakinan individu mengenai sumber penentu atau peristiwa yang terjadi dalam hidupnya, yang dibedakan atas *external locus of control* dan *internal locus of control* (Robbins, 2003). Individu yang menganggap bahwa keberhasilan dan kegagalannya adalah dikarenakan lingkungan sekitarnya maka dapat dikatakan orang

tersebut memiliki *locus of control* eksternal. Sedangkan individu yang memiliki keyakinan bahwa dia mampu melaksanakan dan menyelesaikan tugas dengan baik karena atas usahanya sendiri maka dapat dikatakan orang tersebut memiliki *locus of control* internal. Hal ini karena individu yang mempunyai *internal locus of control* mempersepsikan diri memiliki kemampuan yang sangat baik dan memiliki sikap optimis yang tinggi dalam menyelesaikan tugas. Oleh karena itu, *internal locus of control* lebih diutamakan untuk dimiliki oleh seorang pengusaha dalam menjalankan suatu bisnis dibandingkan *external locus of control*.

Menurut Crider (1983) subyek yang berorientasi *internal locus of control* memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Memiliki inisiatif yang tinggi.
 2. Suka bekerja keras.
 3. Selalu menemukan pemecahan masalah, apa yang dikerjakannya dan apa yang menyebabkannya terjadi masalah itu dan sebagainya.
 4. Selalu mencoba berpikir seefektif mungkin karena keyakinan bahwa suatu keberhasilan didasarkan pada usaha dan tindakan dari diri sendiri.
 5. Individu yang tergolong berorientasi *internal locus of control* selalu mempunyai persepsi bahwa usaha yang dikerjakannya harus sebaik mungkin agar tujuannya dapat dicapai.
3. *Need For Cognition*

Menurut Cacioppo dan Petty (1982) yang dikutip Zhang dan Bruning (2011) bahwa "suatu kebutuhan untuk berpikir (NFC) adalah kecenderungan untuk terlibat dan menikmati suatu pemikiran". Literatur psikologi menunjukkan bahwa individu-individu secara alami berbeda dalam tingkat NFC

yang dimiliki (Cacioppo *et al.*, 1996). Individu-individu dengan tingkat NFC yang lebih tinggi memiliki sikap positif terhadap rangsangan kompleks yang membutuhkan suatu pemikiran (Cacioppo *et al.*, 1986) dan individu dengan tingkat NFC yang lebih tinggi juga mendukung pencarian informasi yang luas, sedangkan individu dengan tingkat NFC yang lebih rendah lebih memilih sumber informasi yang ada dan lebih cenderung untuk bertindak berdasarkan persepsi dan perasaan khusus (Mourali *et al.*, 2005). Manajer dan pengusaha dengan NFC yang lebih tinggi akan lebih berhasil dalam pengambilan keputusan yang adaptif (Levin *et al.*, 2000).

Entrepreneurial Orientation

Kewirausahaan disebut-sebut sebagai pelopor untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Menurut Suryanita (2006), "kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan". Kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan. Hal ini tentu direspon secara positif oleh perusahaan yang mulai mencoba bangkit dari keterpurukan ekonomi akibat krisis berkepanjangan. Bentuk dari aplikasi atas sikap-sikap kewirausahaan dapat diindikasikan dengan orientasi kewirausahaan dengan indikasi kemampuan inovasi, pro-keaktifan, dan kemampuan mengambil risiko (Looy *et al.*, 2003 dalam Suryanita, 2006).

Menurut Quince dan Whittaker (2003), dimensi-dimensi fundamental yang menjadi ciri dari orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) antara lain, inovasi yang bersangkutan (*inovativeness*), pro-keaktifan (*pro-activeness*), dan keterbukaan terhadap risiko (*openness*)

towards risk) (Miller, 1983; Covin dan Slevin, 1986, 1989).

1. Inovativeness

Inovativeness berkaitan dengan mendukung dan mendorong ide-ide baru, eksperimentasi, dan kreativitas yang cenderung menghasilkan produk baru, pelayananan ataupun proses (Miller dan Friesen, 1983). Inovasi yang kreatif berperan besar dalam suatu kewirausahaan. Walaupun para pengusaha beroperasi dalam lingkungan yang mendukung ataupun tidak mendukung tumbuhnya ide atau gagasan baru, eksperimentasi, solusi baru, atau proses kreatif, tetapi para pengusaha tersebut tetap membutuhkan sikap inovatif sebagai dimensi yang sangat penting untuk menjalankan usahanya.

2. Pro-activeness

Pro-keaktifan berkonsentrasi pada *first-mover* dan tindakan lainnya yang bertujuan untuk mencari, mengamankan, dan melindungi pangsa pasar, serta dengan perspektif ke depan yang tercermin dalam tindakan yang diambil dalam mengantisipasi permintaan di masa mendatang (Miller, 1983; Covin dan Slevin, 1989; Lumpkin dan Dess, 2001). Budaya yang mendukung sikap proaktif dicirikan oleh adanya suatu dukungan terhadap kegiatan kewirausahaan untuk bertindak antisipatif terhadap segala peluang kesempatan serta partisipasi dalam pasar yang lama atau baru.

3. Risk Taking

Mengukur sejauh mana individu-individu berbeda dalam kesediaan untuk mengambil risiko. Dan faktor pembedanya adalah cara risiko itu dihitung (Norton dan Moore, 2002). Hal yang berkaitan dengan kewirausahaan adalah keinginan dan keberanian dalam

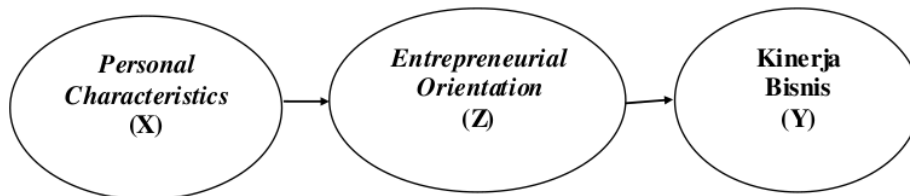
pengambilan risiko. Para individu yang siap menerima ketidakpastian dan risiko sering dianggap sebagai orang yang mampu bekerja sendiri, dalam penelitian ini adalah pengusaha.

Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Zhang dan Bruning (2011) dengan judul penelitian "*Personal Characteristics and Strategic Orientation: Entrepreneurs in Canadian Manufacturing Companies*" dimana 2.200 SMEs (*small to medium sized enterprises*) yang bergerak pada industri manufaktur di Kanada dijadikan responden dalam penelitian. Dalam penelitian tersebut, Zhang dan Bruning meneliti pengaruh *personal characteristics* yang terdiri dari *need for achievement*, *internal locus of control*, dan *need for cognition* dengan pilihan strategis organisasi yang berorientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) dan berorientasi pemasaran (*market orientation*) untuk mencapai kinerja bisnis UKM pada industri manufaktur di Kanada. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Zhang dan Bruning menyatakan bahwa *personal characteristics* yang terdiri dari *need for achievement*, *internal locus of control*, dan *need for cognition* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teoritis yang telah dijabarkan sebelumnya, maka kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut:



1

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif, kemudian data yang berupa angka akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik. Jenis penelitian ini bersifat kausal, karena penelitian ini berusaha mengetahui hubungan sebab akibat atau saling mempengaruhi antara dua atau lebih variabel yang sedang diteliti.

Deskripsi Populasi Dan Penentuan Sampel

A. Deskripsi Populasi

Menurut Sugiono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Arikunto (2010) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah pelaku UMKM mebel di kota Pasuruan.

Penentuan Sampel

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut" (Sugiyono, 2013). Sampel yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jadi sampel pada penelitian ini adalah pelaku UMKM Mebel di Kota Pasuruan sebanyak 54 orang.

Definisi Operasional Variabel

1. Kinerja Bisnis (Y)

Prestasi kerja perusahaan merupakan hasil dari kerja keras para manajernya, perusahaan biasanya memiliki target yang secara eksplisit diberikan kepada para manajernya untuk

selanjutnya dapat dievaluasi hasil pencapaiannya sebagai bentuk kinerja (Merchant *et al.*, 2000 dalam Moer, 2001). Indikator kinerja bisnis menurut Walker dan Ruekert (1987) yang dikutip oleh Sutianti (2006) yaitu:

- a. Efektivitas
 1. Pertumbuhan penjualan yang dicapai dibanding target
 2. Tingkat komplain pelanggan dibanding batas toleransi
 - b. Efisiensi
 1. Profitabilitas yang dicapai dibanding target
 2. Jumlah produk rusak dibanding batas toleransi
 - c. Adaptivitas
 1. Penjualan produk baru yang dicapai dibanding target
 2. Prosentase kesuksesan produk baru dibanding target
2. *Personal Characteristics (X)*
- Dalam penelitian Zhang dan Bruning (2011), mengambil pandangan berbasis sumber daya dan mempertimbangkan karakteristik pribadi pengusaha sebagai sumber daya modal manusia, dan memeriksa para pengusaha dalam konteks strategi dan kinerja. Dalam hal variabel, penelitian tersebut memeriksa tiga karakteristik pribadi yang sering diinvestigasi dalam penelitian kewirausahaan antara lain:
- a. *Need for achievement*. Indikatornya antara lain:
 1. Keharusan untuk mengalami suatu tantangan
 2. Keharusan untuk terus belajar
 3. Kebutuhan akan pengembangan pribadi
 4. Keharusan untuk membuktikan bahwa dirinya dapat berhasil dan sukses
 - b. *Internal locus of control*. Indikatornya antara lain :
 1. Memiliki inisiatif yang tinggi
 2. Suka bekerja keras
 3. Selalu menemukan pemecahan

- masalah, apa yang dikerjakan dan apa yang menyebabkan terjadinya masalah itu dan sebagainya
4. Selalu mencoba berpikir seefektif mungkin dan yakin bahwa keberhasilan didasarkan pada usaha dan tindakannya sendiri
 5. Individu yang tergolong berorientasi *internal locus of control* selalu mempunyai persepsi bahwa usaha itu harus dikerjakan sebaik mungkin agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai
- c. *Need for cognition*. Indikatornya antara lain :
1. Tingkat ketertarikan dan kesungguhan dalam merangsang suatu pemikiran
 2. Tingkat ketertarikan terhadap masalah-masalah yang rumit
 3. Tingkat kesungguhan atau komitmen dalam usaha untuk berpikir
 4. Tingkat keinginan untuk memahami
3. *Entrepreneurial Orientation (Z)*
Variabel ini berkaitan dengan proses, praktik, dan pengambilan keputusan kegiatan yang mengarah pada usaha baru. Dimensi-dimensi fundamental yang menjadi ciri dari orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) (Miller, 1983; Covin dan Slevin, 1986, 1989) dalam Quince dan Whittaker (2003) antara lain:
- a. *Inovativeness*. Indikatornya antara lain :
1. Tingkat keterlibatan dalam kegiatan yang berorientasi ke masa mendatang
 2. Tingkat inovasi
 3. Tingkat kualifikasi tenaga kerja
- b. *Pro-activeness*. Indikator antara lain :
1. Kolaborasi
 2. Selalu memantau perubahan pada lingkungan bisnis
 3. Kegiatan yang dirancang untuk melindungi properti intelektual
- c. *Risk taking*. Indikatornya antara lain:

1. Tingkat kesediaan mengambil risiko
2. Tingkat pengeluaran untuk mendukung pengembangan usaha
3. Tingkat kesediaan untuk berinvestasi dalam pelatihan karyawan

Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian

Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber intern yaitu mengadakan pertemuan dengan objek penelitian atau pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian, melihat secara langsung keadaan dari objek yang diteliti atau mengadakan observasi, serta tanggapan responden terhadap kuesioner.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dengan menggunakan *library research* (riset kepustakaan), yaitu buku-buku literatur, jurnal-jurnal manajemen sumber daya manusia, *internet searching and browsing*. Riset kepustakaan ini untuk mendapatkan landasan teori yang kemudian digunakan untuk menganalisis, menilai, dan menyimpulkan masalah yang dibahas serta pengambilan keputusan yang benar agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL

Kota Pasuruan memiliki beberapa produk unggulan yang diproduksi oleh UMKM yang tersebar di wilayah Kota Pasuruan. Salah satunya adalah mebel. Usaha mebel banyak dijumpai di wilayah Selatan Kota Pasuruan yang meliputi Kelurahan Bukir, Kelurahan Sebani, Kelurahan Krapyakrejo, Kelurahan Randusari,

Kelurahan Gentong, Kelurahan Petahunan serta kelurahan Karangketug.

Produk industri mebel ini adalah kursi tamu, meja makan, almari, tempat tidur dan lain-lain. Teknologi yang digunakan semi modern yaitu memadukan tradisional dan menggunakan mesin, sedangkan bahan baku sudah mulai sukar didapatkan, hal ini terkait dengan kualitas kayu yang dibutuhkan.

1
Pengujian Hipotesis
Uji F

Hasil uji Anova atau F tes, dimana didapatkan hasil F hitung sebesar 11.294 dan 11.910 dengan tingkat signifikan 0.001 dan 0.009. Oleh karena probabilitasnya lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Y (Kinerja Bisnis). Atau dapat dikatakan bahwa variabel X (*Personal Characteristics*) dan Variabel Z (*Entrepreneurial Orientation*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis.

Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18,047	5,117		3,527	,001
Personal Characteristics	,303	,090	,422	3,361	,001

Dependent Variable: Entrepreneurial Orientation

Sumber : Data Primer (diolah), 2017

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,219	6,535		3,553	,001
Personal Characteristics	,181	,114	,236	2,585	,019
Entrepreneurial Orientation	,271	,159	,254	2,706	,004

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Data Primer (diolah), 2017

1
Hasil pada tabel ANOVA menunjukkan hasil F hitung adalah 11,294 dan 11,910. Sedangkan F tabel adalah sekitar 4,02 dan 3,17. Hasil F_{tabel} dapat dilihat pada tabel distribusi F, pada kolom n (total seluruh variabel dikurangi jumlah variabel terikat) pada baris ke n (total data dikurangi total variabel). Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji t

Hasil pengujian dari X terhadap Z menunjukkan t_{hitung} 3.361. Sedangkan nilai t_{tabel} disekitar 2.005, jadi signifikan. Pengujian X dan Z terhadap Y menunjukkan t_{hitung} -1.585 dan 1.706. Sedangkan nilai t_{tabel} disekitar 2.006 dan 2.007, jadi semuanya juga signifikan. Hasil t_{tabel} sekitar 2.006 dan 2.007 dapat dilihat dari tabel distribusi t untuk uji dua arah, pada kolom 0,05 atau (5%) dan pada baris ke -n (jumlah data 54 dikurangi jumlah variabel bebas).

Beta penelitian yang dihasilkan seluruhnya beta yang positif, artinya bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependennya positif, yang berarti bahwa pengaruhnya searah.

Persamaan regresi yang terbentuk ada 2, yaitu :

1. $Z = 18.047 + 0.422 X + e$, artinya jika X adalah nol, maka Variabel Z akan konstan sebesar 18.047. Apabila terjadi kenaikan X sebesar 1, maka akan terjadi peningkatan Z sebesar 0,422

ditambah konstanta dan demikian sebaliknya.

2. $Y = 23.219 + 0.236X + 0.254Z + e$.

Pengaruh total dari X ke Y melalui Z adalah :

- Pengaruh langsung dari X ke Y = 0.236
- Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z $0.422 \times 0.254 = 0.107$
- Pengaruh total = 0.343

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.842	.839	1,51175

a. Predictors: (Constant), Personal Characteristics

b. Dependent Variable: Entrepreneurial Orientation

Sumber : Data Primer (diolah), 2017

Terlihat nilai R^2 square menunjukkan angka 0.842. hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel *Personal Characteristics*

terhadap variabel *Entrepreneurial Orientation* sebesar 84.2%, sedangkan 15.8% ditentukan oleh faktor lain.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.614	.599	2,61824

a. Predictors: (Constant), Entrepreneurial Orientation, Personal Characteristics

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Data Primer (diolah), 2017

Terlihat nilai R^2 square menunjukkan angka 0.614. hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel *Personal Characteristics* dan *Entrepreneurial Orientation* terhadap variabel Kinerja Bisnis sebesar 61.4%, sedangkan 38.6% ditentukan oleh faktor lain.

Pembahasan Pengaruh *Personal Characteristics* dengan Kinerja Bisnis

Keberhasilan usaha kecil sangat bergantung pada modal manusianya, yaitu karakteristik pribadi pengusaha yang merupakan sumber daya kunci

perusahaan. Karakteristik pribadi sendiri memiliki dampak langsung yang besar pada kinerja perusahaan.

Pengaruh *Entrepreneurial Orientation* dengan Kinerja Bisnis

Entrepreneurial orientation berkaitan dengan proses, praktik, dan pengambilan keputusan kegiatan yang mengarah pada usaha baru. Bukti empiris menunjukkan bahwa perusahaan dengan *entrepreneurial orientation* yang tinggi jauh lebih mungkin untuk mencapai kinerja organisasi secara keseluruhan. Beberapa penelitian empiris yang lain menemukan adanya dukungan untuk dampak atau pengaruh positif *entrepreneurial orientation* terhadap kinerja bisnis.

Pengaruh *Personal Characteristics* dengan Kinerja Bisnis Melalui *Entrepreneurial Orientation*

Ketika seorang pengusaha memiliki *need for achievement*, *internal locus of control*, dan *need for cognition* yang cenderung mengadopsi orientasi kewirausahaan untuk memberikan pelanggan mereka suatu produk dan jasa terbaik melalui kreativitas dan inovasi, dimana hal tersebut akan berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. *Personal Characteristics* berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di kota Pasuruan.
2. *Entrepreneurial Orientation* berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di kota Pasuruan.
3. *Personal Characteristics* berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di kota Pasuruan melalui *entrepreneurial orientation*.

SARAN

1. Dalam berbisnis, terlebih Usaha Mikro Kecil dan Menengah pasti banyak tantangan untuk dapat meraih kesuksesan atau keberhasilan dalam berbisnis. Namun satu hal yang pasti harus dimiliki oleh pengusaha adalah mental pantang menyerah. Berbagai tantangan pasti datang silih berganti dan tidak akan pernah berhenti. Namun dengan mental pantang menyerah kesuksesan dan keberhasilan usaha akan dapat diraih.
2. Dalam berbisnis semestinya kita melakukan Identifikasi Masalah dan Pemecahan Masalah. Setiap aspek bisnis harus dilakukan identifikasi masalah. Setelah itu melakukan perbaikan-perbaikan, penyesuaian-penyesuaian dan melakukan antisipasi agar tidak terjadi lagi masalah yang sama di kemudian hari.
3. Hampir semua Usaha Mikro Kecil dan Menengah tidak memiliki sistem manajemen atau administrasi yang baik, yang membuat setiap aspek bisnis tercatat dan terdokumentasi dengan baik. Untuk itu pengusaha perlu menerapkan sistem manajemen atau administrasi yang baik. Setiap aspek bisnis tercatat dan terdokumentasi dengan baik agar bisa ditelusuri, ditinjau dan dievaluasi untuk langkah perbaikan dan peningkatan di masa yang akan datang.
4. Keberanian mencoba hal-hal baru adalah kata kunci dalam melakukan inovasi produk. Dan dalam berinovasi kita harus berpikir keluar kebiasaan dan keluar dari hal-hal yang sudah ada. Untuk mencari ide-ide perubahan dan/atau pemikiran mengenai inovasi produk baru, para pengusaha bisa melihat, membaca dan mempelajarinya dari internet.

5. Langkah pertama dalam menangani keluhan pelanggan adalah bahwa kita harus mendengarkan setiap keluhan yang disampaikan pelanggan. Banyak pelanggan yang sudah merasa puas, walaupun kita hanya mendengarkan dan menyimak setiap keluhan dan meminta maaf. Padahal kita belum melakukan perbaikan apapun. Karena pelanggan telah merasa diperhatikan. Setiap keluhan pelanggan merupakan masukan yang sangat besar nilainya bagi kemajuan usaha. Pelanggan telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menyampaikan keluhan. Untuk itu maka setiap keluhan pelanggan harus ditangani dengan sebaik-baiknya dan diselesaikan. Langkah-langkah selanjutnya yang harus dilakukan dalam mengantisipasi keluhan pelanggan adalah dengan melakukan pemeriksaan kualitas produk sebelum dijual atau diserahkan kepada pelanggan. Pastikan setiap produk yang dijual atau diserahkan kepada pelanggan telah lulus pemeriksaan kualitas sesuai yang telah ditentukan. Setelah dilakukan pemeriksaan dan dinyatakan lulus pemeriksaan kualitas, baru kemudian barang dijual atau diserahkan kepada pelanggan. Memang banyak hal yang menyebabkan terjadinya keluhan pelanggan. Pengemasan, pengiriman, pemuatan dan pembongkaran dan lain-lain. Namun apapun itu, setiap keluhan pelanggan harus kita atasi dengan sebaik-baiknya dan terselesaikan dengan tuntas.
6. Penjualan merupakan kunci keberhasilan bisnis dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Semakin tinggi tingkat penjual, semakin tinggi pula tingkat pendapatan suatu perusahaan. Untuk meningkatkan penjualan, para pengusaha UMKM

dapat melakukan berbagai usaha, diantaranya, dengan memajang berbagai contoh produk, membuka ruang pameran dan lain-lain. Tentunya sesuai dengan kapasitas dan kemampuan perusahaan. Namun salah satu usaha yang paling mudah dan murah untuk meningkatkan penjualan adalah melakukan promosi dan penjualan melalui internet. Mengenai penjualan secara *online*, pengusaha juga dapat belajar melalui internet atau mengikuti kursus-kursus penjualan *online* yang sekarang banyak dilakukan oleh para praktisi dan ahli.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Dess, G.G. and Lumpkin, G.T. 2000. *Strategic Management Creating Competitive Advantage*. Mc. Graw-Hill. New York.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Govindarajan, Vijay. 1989. *Management Control System*. 11th Edition. Salemba Empat. Jakarta.
- Katalog BPS : 1102001.3571 tahun 2010
- Mourali, et. al. 2005. *Antecedents of Consumer Relative Preference for Interpersonal Information Sources in Pre-purchase Search*. Journal of Consumer Behavior.
- Penrose, E. T. 1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. Basil Blackwell. Oxford, England.
- Robbins, Stephen, P. 2002. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ketujuh. Alfabeta. Bandung.

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.

Jurnal

- Alimudin, A., & Sukoco, A. (2017). The Leadership Style Model That Builds Work Behavior Through Organizational Culture. *JURNAL LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 3(2).
- Gallen, T. 2006. *Managers and Strategic Decisions: Does the Cognitive Style Matter?*. The Journal of Management Development. Vol. 25 No. 2, pp. 118-33.
- Karami, A. et al. 2006. *The CEOs' Characteristics and Their Strategy Development in the UK SME Sector: An Empirical Study*. The Journal of Management Development. Vol. 25 No. 3, pp. 316-24.
- Miller, D and Friesen P.H. 1983. *A Longitudinal Study of the Corporate Life Cycle*. Journal of Management Science, 30 (1), 1161 – 183.
- Miller, D and Toulouse, J. 1986. *Chief Executive Personality and Corporate Strategy and Structure in Small Firm Management Science*. 32 (11), November, p 1389-1409.
- Slater, S.F dan Narver, J. C. 2000. *Intelligence Generation and Superior Customer Value*. Journal of the Academy of Marketing Science, 28 (1), 12-127.
- Whittaker, H. and T. Quince. 2003. *Entrepreneurial Orientation and Entrepreneur's Intentions and Objectives*. ESRC Centre for Business Research, University of Cambridge. Working Paper No. 271.
- Wu, Sibin et al. 2007. *Need for Achievement, Business Goal, and Entrepreneurial Persistence*. Management Research News. Vol. 30 No. 12, pp. 928-941.
- Zhang, D.D. and E. Bruning. 2011. *Personal Characteristics and Strategic Orientation: Entrepreneurs in Canadian Manufacturing Companies*. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research. Vol. 17 No. 1, pp. 82-103. 18.
- Wajdi, M. B. N., Ummah, Y. C., & Sari, D. E. (2017). UKM Development Business Loan. *IJEBD (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 1(1), 99–109. Retrieved from <http://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijebd/article/view/350>

Pengaruh Personal Characteristis Pengusaha UMKM Melalui Entrepreneurial Orientation Terhadap Kinerja Bisnis UMBKM di Kota Pasuruan

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

download.garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

5%

2

www.scribd.com

Internet Source

5%

3

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Student Paper

4%

Exclude quotes On

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On