

ANALISIS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN BISNIS TERHADAP PERTUMBUHAN UMKM DI SURABAYA

Dewi Sutjahyani

Program Studi Akuntansi,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
dewisutjahyani@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan perekonomian yang terjadi saat ini sedang berkembang dengan pesat, khususnya di Indonesia. Tercatat Indeks Tendensi Bisnis atau Indeks tingkat optimisme wirausaha di Indonesia meningkat di akhir tahun 2013. Penelitian ini di tujuan untuk mengidentifikasi kewirausahaan, bisnis dan UMKM di Surabaya. Di Surabaya terdapat 45 UMKM sebagai objek untuk pengambilan data. Pada penelitian kali ini analisis yang di gunakan untuk pengujian instrumen adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda. Teknik pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji parsial (T) dan uji simultan (F). Pada penelitian kali ini di temukan keseluruhan variabel pada uji asumsi klasik 1. kedua regresi terbebas dari multikolinieritas 2. tidak terjadinya Heteroskedasitas 3. Residual model regresi berdistribusi secara menyebar dan normal.

Kata Kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Bisnis, dan Pertumbuhan UMKM*

ABSTRACT

Current economic developments are growing rapidly, especially in Indonesia. It was recorded that the Business Tendency Index or Entrepreneurial Optimism Index in Indonesia increased at the end of 2013. This research was aimed at identifying entrepreneurship, business and MSMEs in Surabaya. In Surabaya there are 45 MSMEs as objects for data collection. In this research, the analysis used to test the instrument is the classic assumption test, multiple linear regression analysis. The hypothesis testing technique used in this research is the partial test (T) and simultaneous test (F). In this research, it was found that all variables in the classical assumption test 1. both regressions were free from multicollinearity 2. Heteroskedasticity did not occur 3. The residuals of the regression model were distributed in a spread and normal manner.

Keywords: *Entrepreneurship, Business and MSME Growth Orientation*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang terjadi saat ini sedang berkembang dengan pesat, khususnya di Indonesia. Tercatat Indeks Tendensi Bisnis atau Indeks tingkat optimisme wirausaha di Indonesia meningkat di akhir tahun 2013. Tercatat pada awal tahun 2013 Indeks Tendensi Bisnis di Indonesia berada pada level 102,43 dan pada akhir tahun 2013 meningkat pada level 105,29. (Badan Pusat Statistik, 2013). Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang dapat

menentukan keberhasilan suatu bisnis. (Lee & Peterson, 2000; Gupta, Mcmillan & surie, 2004; Prieto, 2010). Orientasi kewirausahaan seorang pengusaha dianggap memiliki peranan yang signifikan dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan sehat. (Mahmood & Hanafi, 2013; Zainol & Ayadurai, 2011). Hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja sebuah perusahaan telah menjadi subyek utama yang menarik untuk diteliti. (Arshad, Rasli, Afiza, & Zahariah, 2013).

Sebuah perusahaan yang memiliki konsep orientasi kewirausahaan akan cenderung melakukan usahanya lebih baik dibanding dengan perusahaan yang mengadopsi orientasi konservatif. (Rauch, Wiklund, Lumpkin & Frese, 2009; Wiklund & Shepherd, 2005). Beberapa studi yang telah ada sebelumnya, menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan seorang pengusaha, secara signifikan dapat meningkatkan kinerja bisnis yang dijalankannya (Wiklund dan Shepherd, 2005; Chow, 2006; Coulthard, 2007). Namun terdapat juga penelitian yang mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memberikan hasil positif terhadap kinerja bisnis (Matsuno,

Mentzer & Ozsomer, 2002 Morgan & Strong, 2003; Naldi, Nordqvist, Sjöberg, & Wiklund, 2007). Dengan demikian, dapat dikatakan orientasi kewirausahaan akan memiliki dampak langsung dan tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. karena tergantung pada lingkungan dan budaya yang berbeda (Zahra, 2008; Kellermanns, Eddleston, Barnet & Pearson, 2008). Hal inilah yang membuat mengapa hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan telah menjadi subyek utama yang menarik untuk diteliti.

Industri makanan dan minuman (food and beverages industry) di Surabaya khususnya di kota Surabaya sedang berkembang. Hal ini terbukti dari bermunculannya berbagai usaha - usaha baru kelas kecil dan menengah yang bergerak pada industri makanan dan minuman. Fenomena ini dapat terlihat dari pertumbuhan industri makanan tingkat menengah yang bermunculan yang meningkat sebesar 0,03% pada triwulan pertama tahun 2013. Sedangkan pertumbuhan bisnis makanan tingkat mikro dan kecil meningkat sebesar 10,76%.

Pada triwulan pertama tahun 2013. (Badan Pusat Statistik, 2013). Dengan ini dapat dilihat bahwa industri makanan di Surabaya akan terus bertumbuh dan dapat meningkatkan daya saing antar perusahaan - perusahaan makanan yang ada di Surabaya. Sehingga, nantinya akan nampak perusahaan - perusahaan makanan dan minuman mana saja yang nantinya akan tetap bertahan dan akan terus berkembang. Lalu akan terlihat perusahaan – perusahaan mana yang nantinya akan kalah bersaing dengan kompetitor – kompetitor yang ada.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Motivasi usaha merupakan sebuah dorongan yang tumbuh dalam diri seseorang (Sunnyoto, 2012). Dorongan seseorang dalam memulai usaha untuk mencapai tujuan yaitu laba atau keuntungan yang didapatkan sehingga keputusan seseorang untuk berwirausaha atau bekerja pada orang lain merupakan proses rasional. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif. Menurut Sigauw et al.,(1998), kompetensi kewirausahaan dibutuhkan didalam implementasi strategi pemasaran agar diperoleh keunggulan bersaing yang mantap melalui nilai responsifitas atas kebutuhan pelanggan. Sedangkan jiwa kewirausahaan sendiri meliputi 5 hal, yakni: otonomi, keinovatifan, pengambilan risiko, proaktivitas, dan agresifitas kompetitif. Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan aktifitas pengambilan keputusan yang mengarah pada masuknya perusahaan ke pasar baru atau menawarkan hal baru di pasar (Lumpkin dan Dess, 1996).

Karenanya, orientasi kewirausahaan sangat penting dalam proses kewirausahaan perusahaan, termasuk didalamnya menyadari dan mengeksploitasi peluang yang ada (Schindehutte dkk., 2008). Menurut Kottler (2001), pemasaran entrepreneurial merupakan sebuah konsep yang terpadu di era penuh perubahan seperti sekarang ini. Mintzberg et al.,(1976) menjelaskan bahwa penyusunan strategi adalah hal penting terkait sumber daya yang digunakan, Orientasi Kewirausahaan mewakili kebijakan dan praktik yang memberikan dasar bagi keputusan dan tindakan kewirausahaan. Orientasi Kewirausahaan dipandang sebagai proses pembuatan strategi kewirausahaan yang digunakan oleh para pengusaha untuk menetapkan tujuan, mempertahankan visinya, dan menciptakan keunggulan kompetitif (Mason et al.,2015). Kajian Orientasi Kewirausahaan dijelaskan secara awal oleh Miller (1983) wirausaha sebagai kesatuan sistem yang terlibat dalam inovasi pemasaran produk, melakukan usaha yang berisiko, dan menghasilkan inovasi serta sikap proaktif. Kemudian Orientasi Kewirausahaan mengacu pada proses pembuatan strategi yang memberikan dasar bagi organisasi untuk keputusan dan tindakan kewirausahaan.

Bisnis

Secara bersama- sama pertumbuhan dan kinerja keuangan memberikan diskripsi yang lebih kaya mengenai kinerja aktual dari perusahaan bila dibandingkan dengan menggunakan pengukuran secara sendiri-sendiri. Dimensi tolok ukur yang sering digunakan dalam mengukur kinerja usaha kecil seperti ukuran perusahaan dan kenaikan volume penjualan (Steiner and Solem, 1998; Acar, 1993; Zang 2001).

Frank (2010) menyatakan bahwa untuk menghidupkan orientasi kewirausahaan sebagai postur strategis, perusahaan membutuhkan sumber daya untuk mengembangkan dan menguji ide-ide baru, dan kemudian memposisikannya di pasar. Dalam konteks ini, modal keuangan dianggap sebagai sumber daya yang dapat digunakan secara universal.

Pertumbuhan UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka Orientasi Kewirausahaan suatu negara. Usaha kecil dan menengah (UKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para

pengusaha kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga atau rumahan (Wiralestari, Firza, & Mansur, 2018). Dengan demikian, konsumennya pun berasal dari kalangan menengah ke bawah yang jumlahnya relatif besar (Mukhzarudfa & Kusumastuti, 2019).

UMKM memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam menopang pembangunan ekonomi nasional. Peran tersebut antara lain :

- (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor,
 - (2) penyedia lapangan kerja terbesar,
 - (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat,
 - (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta
 - (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.
- Peranan UMKM yang sangat besar tersebut, memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi.

Kinerja UMKM memerlukan dukungan peran orientasi strategis, jaringan sosial, berbagi pengetahuan, dan organisasi inovasi (Muafi, 2020). UMKM akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik. Pengelolaan manajemen secara umum mencakup bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan. Konsep dan perancangan tertentu di tingkat strategi merupakan faktor kunci keberhasilan. Analisis mengenai pasar, pelanggan dan produk merupakan suatu hal yang sangat penting dalam dunia yang kompleks. Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa.

Pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh UMKM. Terutama didalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih akan mampu menembus pasar. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM itu sendiri. Menurut Chandra (2002:93), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.

Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya. Aribawa (2016) menyatakan bahwa kinerja UMKM adalah hasil kerja yang dilakukan oleh seorang individu, yang dapat dicapai dalam organisasi dan dalam jangka waktu tertentu dalam tugas individu, dan terkait dengan ukuran nilai atau standar organisasi.

Faktor Perkembangan Kinerja UMKM di Surabaya. Menurut Nurrohmah (2015:25), indikator perkembangan usaha yang dapat diukur diantaranya sebagai berikut :

- a) Omset penjualan : Omset penjualan total output produksi yg bisa dijual pada sekali bakulan atau penjualan yg didapatkan sang pengusaha UMKM.

Adapun omset penjualan ini merupakan hitungan menggunakan mengalikan total jumlah yg terjual menggunakan harga.

- b) Pertumbuhan energi kerja : Jumlah energi kerja adalah pekerja yg bekerja pada UMKM tersebut.
- c) Pertumbuhan Pelanggan sebagai Skala Pengembangan Bisnis: Pelanggan terkadang disebut sebagai konsumen. Oleh karena itu, banyaknya pelanggan atau konsumen yang membeli produk dari UMKM menjadi salah satu tolak ukur perkembangan usaha.

Sedangkan menurut Ananda, (2012:14) variabel perkembangan usaha kecil dapat untuk perkembangan usaha.

- a) Modal kerja: Kemampuan keuangan suatu perusahaan yang melakukan kegiatan usaha untuk menghasilkan barang dan jasa. Faktor terpenting dalam proses produksi adalah modal. Artinya, semua produk yang digunakan untuk mencapai atau mencapai suatu tujuan. Modal dibagi menjadi dua kelompok: barang yang tidak digunakan dalam produksi dan barang yang langsung digunakan dalam proses produksi.
- b) Penjualan: Jumlah produksi yang dapat dijual dalam keranjang, atau penjualan yang dicapai oleh pengusaha UMKM. Penjualan adalah total penjualan barang dan jasa selama periode waktu tertentu dan dapat dihitung dengan jumlah yang dibangkitkan.
- c) Laba: Jumlah produk yang dijual atau dibeli oleh konsumen, dan pendapatan penjualan dibagi dengan keuntungan penjualan yang diberikan. Biaya yang dikeluarkan meliputi pembelian bahan baku, pembayaran upah, pembayaran bunga, sewa dan biaya penyusutan (depresiasi). Dari sudut pandang ekonomi, perusahaan mengatakan bahwa definisi laba terlalu luas karena tidak mempertimbangkan biaya tersembunyi. Hidden cost adalah biaya produksi yang tidak dibayar, tetapi tetap perlu diperhitungkan sebagai bagian dari biaya produksi. Arti dari keuntungan ekonomi itu sendiri adalah keuntungan dari sudut pandang perusahaan dikurangi biaya-biaya tersembunyi.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Silaen (2018: 23) desain penelitian adalah desain mengenai keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Oleh karena itu, jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu menggunakan uji perhitungan statistik dari data penelitian dan dalam penelitian bertujuan untuk berupaya mengetahui hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan kinerja perusahaan pada industri makanan dan minuman di Surabaya.

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel yang terdapat pada Orientasi Kewirausahaannya itu inovatif, proaktif, dan risk taking akan menggunakan pengukuran skala likert. Adapun Obyek penelitian dalam penelitian ini, Dimensi – dimensi dalam Orientasi Kewirausahaan. Yaitu inovatif, proaktif, dan risk taking dari para pemilik bisnis yang bergerak pada industri makanan dan minuman di Surabaya. Serta Kinerja bisnis dari perusahaan makanan dan minuman tersebut. Adapun Subyek Penelitian dari penelitian ini adalah para pemilik bisnis dalam industri makanan dan minuman di Surabaya khususnya para pemilik UMKM yang

bergerak pada industri makanan dan minuman yang tersebar di wilayah kecamatan rungkut dan terlibat dalam pembinaan UMKM di Surabaya dalam program pembinaan masyarakat.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	41376.379	4105.334		6.840	.000
	Orientasi Kewirausahaan X1	.181	.400	.059	.329	.745
	Bisnis X2	-.673	.420	-.265	-1.493	.153

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKMY3

Berdasarkan tabel di atas merupakan persamaan regresi linier berganda antara Orientasi Kewirausahaan, dan Bisnis terhadap Pertumbuhan UMKM, maka persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 41376.379 + 0.181K - 0.673S$$

Keterangan:

Y = Pertumbuhan UMKM

K = Orientasi Kewirausahaan

S = Bisnis

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi

e = Standard Error

Dari hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menjelaskan bahwa:

1. Nilai Konstanta (a) yang dihasilkan sebesar 41376.379 bernilai positif menunjukkan terjadinya perubahan yang searah. Artinya jika variabel Orientasi Kewirausahaan dan Bisnis sama dengan nol satuan, maka Pertumbuhan UMKM adalah sebesar 41376.379 atau lebih dari nol satuan.
2. Nilai koefisien Orientasi Kewirausahaan (B_1) sebesar 0.181 Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel Orientasi Kewirausahaan mengalami peningkatan, maka akan mengakibatkan peningkatan Pertumbuhan UMKM sebesar 0.181 dengan asumsi variabel lain konstan
3. Nilai koefisien Bisnis (B_2) sebesar -0.673 Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel Bisnis mengalami penurunan satu satuan, maka akan mengakibatkan penurunan Pertumbuhan UMKM sebesar -0.673 dengan asumsi variabel lain konstan.

Dari hasil analisis regresi linier berganda diatas menunjukkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan dan Bisnis memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan UMKM di Surabaya.

Uji t

Tabel 4.3 Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	41376.379	4204.248		6.840	.000
	Orientasi Kewirausahaan X ₁	.181	.400	.059	.329	.745
	BisnisX ₂	-.673	.420	-.265	-1.493	.153

a. Dependent Variable: PERTUMBUHAN UMKMY3

1. Pengujian variabel Orientasi Kewirausahaan (X₁) terhadap Pertumbuhan UMKM(Y)

Hasil dari uji T (parsial) menunjukkan nilai signifikansi pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X₁) dengan Pertumbuhan UMKM (Y) adalah 0,745 > 0,05 dan nilai hasil uji t 0.329 < nilai t tabel 1,690. Artinya menunjukan pengaruh nilai signifikansi Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan UMKM

2. Pengujian Variabel Bisnis (X₂) terhadap Pertumbuhan UMKM(Y)

Hasil dari uji T (parsial) menunjukkan nilai signifikansi pengaruh Bisnis (X₂) dengan Pertumbuhan UMKM (Y) adalah 0,153 > 0,05 dan nilai t hitung -1,493 < nilai t tabel 1,690. Artinya memnunjukkan pengaruh nilai negatif signifikan terdapat pengaruh terhadap variabel Pertumbuhan UMKM.

Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77011782.840	2	38505891.420	1.122	.337 ^b
	Residual	1201478698.000	35	34327962.810		
	Total	1278490481.000	37			

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM Y

b. Predictors: (Constant), Bisnis X₂, Orientasi Kewirausahaan X₁

Dari tabel di atas hasil dari pengujian uji f (simultan) memiliki nilai nilai signifikansi 0,337 > 0,05 dengan nilai f_{hitung} sebesar 1,122 > nilai f_{tabel} 3,267 hal ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan (X₁) Bisnis (X₂) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Pertumbuhan UMKM (Y).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh peneliti pada penelitian kali ini Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Bisnis terhadap Pertumbuhan UMKM pada kota Surabaya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil penelitian yang di peroleh dapat di tarik kesimpulan bahwa pada uji t di dapatkan variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) menunjukkan pengaruh nilai signifikansi Orientasi Kewirausahaan dengan variabel Pertumbuhan UMKM(Y) di Surabaya.
2. Berdasarkan pada hasil penelitian yang di peroleh dapat di tarik kesimpulan bahwa pada uji t di dapatkan variabel Bisnis (X2) menunjukkan pengaruh nilai negatif signifikan terdapat pengaruh terhadap variabel dengan variabel Pertumbuhan UMKM(Y) di Surabaya.
3. Berdasarkan penelitian yang didapat dari hasil uji F (simultan) dapat diambil kesimpulan menunjukkan variabel bebas (X) yaitu Orientasi Kewirausahaan dan Bisnis memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Y) Pertumbuhan UMKM di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Senewe, J., Rotinsulu, Dc., Lopian, A., Senewe, J., Ch Rotinsulu, D., & LCP Lopian, A. (2021). *PERTUMBUHAN EKONOMI TERHADAP PERTUMBUHAN UMKM DI KABUPATEN MINAHASA SELATAN ANALYSIS OF THE EFFECT OF PROVERLY LEVELS, GOVERNMENT EXPENDITURES, AND ECONOMIC GROWTH ON THE HUMAN DEVELOPMENT INDEX IN SOUTH MINAHASA REGENCY*. 9(3), 173–183.
- Tentama, F., Dwi, H., Delfores, L., Wicaksono, A. E., Fatonah, S. F., Dahlan, U. A., Kapas No, J., & Yogyakarta, S. (2018). *PENGUATAN KELUARGA SEBAGAI UPAYA MENEKAN ANGKA BISNIS DALAM PROGRAM KEPENDUDUKAN, KELUARGA BERENCANA DAN PEMBANGUNAN KELUARGA (KKBPK)* (Vol. 2, Issue 1). <http://kominfo.Kulon>
- Yulianto Kadji. (2012). *ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KONSEP TEORITISNYA*.