

Peran Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pembelajaran dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis UKM Jawa Tengah

Sisno Riyoko^{1*}

¹ Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jawa Tengah, Indonesia

*Corresponding E-mail: sisno@unisnu.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini ingin menghasilkan pengujian hipotesis tentang peran orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja Bisnis UKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan kinerja mereka dengan menguji variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran. Secara khusus untuk tujuan penelitian ini: 1) pengetahuan tentang peran orientasi kewirausahaan mencakup sikap proaktif, risk taking, dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja bisnis UKM, 2) pelaksanaan hasil-hasil penelitian di masyarakat. Untuk mencapai tujuan ini, kami melakukan percobaan penyelidikan independen dan variabel dependen. Penelitian ini dilakukan pada 220 pelaku usaha yang bergerak di bidang batik atau tenun. Sampel penelitian meliputi sebanyak 220 pemilik usaha kecil dan menengah. Sampel diambil dari semua populasi yang didasarkan pada simple random sampling. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menemukan bahwa proaktif, risk taking, dan orientasi pembelajaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UKM. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori kewirausahaan.

Kata Kunci : *proaktif, risk taking, orientasi pembelajaran, kinerja*

ABSTRACT

This research aims to produce hypothesis testers about the role of entrepreneurial orientation and learning orientation on SME business performance. The purpose of this research is to further improve the business performance of SMEs through the application of entrepreneurial orientation and learning orientation. In particular, the research objectives are: 1) Knowing the role of entrepreneurial orientation including a proactive attitude, courage to take risks and learning orientation on SME business performance, 2) To implement research results in the community. To achieve this goal, hypothesis testing was carried out on the independent variables and the dependent variable. The population who became respondents in this study were all owners of SMEs engaged in batik or weaving, totaling 220 business units. While the research sample was taken from as many as 220 SME owners, The sample was taken based on simple random sampling, where all the population has the opportunity to be a sample. The research approach methods used are descriptive and quantitative approaches. The results of the study found that being proactive, risk-taking and learning orientation had a significant influence on the business performance of SMEs. This research contributes to the development of an entrepreneurial orientation.

Keywords : *Proactive, risk taking, learning orientation, performance*

I. PENDAHULUAN

Pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia sangat penting karena beberapa alasan. Pertama, pertumbuhan mereka dapat membantu memajukan perekonomian negara dan menyediakan sumber pendapatan bagi banyak orang. Banyak usaha kecil menghadapi kesulitan dalam tumbuh dan berkembang, tetapi ada beberapa masalah khusus yang membuat bisnis ini tidak mendapatkan perhatian yang lebih dari *stakeholder*.

Beberapa program telah dilakukan oleh pemerintah daerah dan swasta dalam upaya meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah. Semua program sementara ini hanya akan berlangsung sementara, sedangkan tindak lanjut dari program tersebut belum dilakukan dengan sebaik-baiknya. Masalah yang dihadapi belum sepenuhnya teratasi. Menciptakan wirausahawan baru bagi UKM sangat penting mengingat masih banyak UKM yang belum mampu bertahan dan berkontribusi terhadap PDB yang tidak sebanding dengan jumlah unit usaha atau tenaga kerja yang ada.

Di satu sisi, intensitas persaingan bisnis yang tinggi baik dalam penciptaan produk sendiri dan produk dari daerah lain. Intensitas persaingan yang tinggi dapat membantu atau membahayakan hubungan antara kemampuan kewirausahaan dan kinerja usaha kecil dan menengah di Jawa Tengah. Pelaku UKM yang dapat menangani intensitas persaingan akan terus meningkatkan kinerjanya dengan mengembangkan keterampilan kewirausahaan mereka dan lebih proaktif dan berani mengambil resiko [1], [2]. UKM telah terbukti mampu mengatasi masalah-masalah di atas, namun demikian kenyataannya UKM masih berkinerja buruk. Rendahnya kinerja tersebut disebabkan oleh usaha kecil dan menengah yang tidak mampu untuk mengembangkan kewirausahaan dan orientasi pembelajaran dengan efektivitas maksimum. Oleh karena itu, penelitian tentang orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran sangat menarik untuk diteliti. Sedangkan pertanyaan yang ingin diselesaikan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran dalam meningkatkan kinerja bisnis UKM di Jawa Tengah.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kinerja Bisnis UKM

Dalam dunia bisnis saat ini, yang terpenting bagi perusahaan adalah melakukan perbaikan kinerja dengan baik. Banyak faktor yang diperhitungkan ketika menilai kinerja suatu produk. Menurut [3], kinerja dapat diukur dengan indikator keuangan dan operasional (non-keuangan). Langkah-langkah keuangan yang diambil dalam kaitannya dengan faktor-faktor ekonomi seperti profitabilitas dan pertumbuhan penjualan (*e.g.*, *return on investment*, *return on sales*, dan *return on equity*) dan efisiensi operasional. Mereka membagi data kinerja menjadi dua kategori: data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari organisasi dan data sekunder yang dikumpulkan dari sumber publik yang tersedia klasifikasi lain dalam pengukuran kinerja mencakup objektif dan tindakan subyektif. Untuk pengukuran kinerja dengan indikator yang digunakan untuk mengukur efektivitas dari suatu perusahaan atau organisasi. Mereka biasanya menunjukkan ukuran keuangan dari suatu organisasi

Pada sisi lain, langkah subyektif sangat tergantung pada evaluasi responden terhadap indikator-indikator tersebut mencakup sisi keuangan dan non-keuangan. Peneliti bidang manajemen percaya bahwa langkah-langkah subyektif lebih efektif dari tujuan dalam mengukur dimensi kinerja yang kompleks [4]. Beberapa peneliti menemukan kesulitan untuk mendapatkan cara yang dianggap sebagai ukuran obyektif tidak dapat diandalkan karena data bisa dalam lingkup atau tidak dapat diperbarui. Namun penelitian [5] menggunakan langkah-langkah subyektif dan melihat bagaimana berbagai strategi diferensiasi dan kinerja inovasi antara

orientasi kewirausahaan dengan kinerja berhubungan mempengaruhi hasil. Data tersebut dikumpulkan dari para eksekutif perusahaan yang memverifikasi data primer yang digunakan. Dan, survey yang dilakukan termasuk pertanyaan kinerja perusahaan dan pertanyaan tentang profitabilitas dan pertumbuhan.

B. Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis UKM

Orientasi kewirausahaan mengacu pada orientasi strategis perusahaan, termasuk cara pengambilan keputusan. Dengan demikian, itu akan mencerminkan seberapa baik kinerja perusahaan, dibandingkan dengan apa yang dilakukan [6] dan [7] dimana menggambarkan karakteristik kewirausahaan dari sebuah perusahaan yang bergerak di pasar, berinovasi, melakukan usaha beresiko, dan mengedepankan ide-ide inovatif yang lebih maju daripada bagian pesaing lainnya.

Oleh karena itu, beberapa peneliti telah mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kombinasi dari tiga dimensi: *innovative*, *proactive*, dan *risk taking*. Orientasi kewirausahaan melibatkan kemauan untuk berinovasi untuk menciptakan penawaran pasar baru, mengambil risiko untuk mencoba produk baru, pelayanan, dan pasar baru dan tidak pasti, dan lebih proaktif daripada pesaing terhadap peluang pasar baru [8], [9], [7], [10], [11], [12]. Dimensi inovasi dari orientasi kewirausahaan mencerminkan kecenderungan untuk terlibat dan mendukung gagasan baru, eksperimental, dan proses kreatif, sehingga berangkat dari praktik yang teknologi yang sudah mapan [6].

Dimensi inovasi dari pasar dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencari peluang baru. Proaktif yaitu sikap mengantisipasi dan bertindak di masa depan. Pasar memiliki keinginan dan kebutuhan sebagai penggerak pertama agar dapat mengambil keuntungan [6]. Perusahaan lebih proaktif dalam mencari peluang baru, sehingga dapat menjadi pemimpin di lapangan. Mengambil risiko yang berhubungan dengan kesediaan untuk berinvestasi lebih banyak sumber daya dalam proyek-proyek di mana potensi biaya kegagalan dapat menjadi tinggi [7]. Hal ini juga berarti bahwa pada proyek-proyek sumber daya yang berjalan di mana hasil ini tidak diketahui. Ini mencerminkan fakta bahwa perusahaan bersedia untuk melepaskan hubungan.

Proaktif dapat dilihat dari perspektif mencari peluang, berwawasan ke depan yang ditandai dengan pengenalan produk dan layanan baru untuk dapat bersaing dan bertindak untuk mengantisipasi permintaan produk dimasa yang akan datang [2], [13]. Laporan dari [14] menyatakan hal itu dalam mengeksplor suatu tindakan kewiraswastaan yang dapat didefinisikan sebagai proses di mana individu, baik di perusahaannya atau organisasi sendiri atau dalam mengejar peluang pasar ekspor tanpa memperhatikan sumber daya, yang mana mereka saat ini mengendalikan atau menghilangkan disinsentif lingkungan, yang mereka hadapi.

Menurut [7] dan [15], sikap proaktif merupakan kesediaan untuk bereaksi (*disposition to react*) secara positif mengidentifikasi peluang, mendominasi pesaing melalui kombinasi langkah proaktif dan agresif, berorientasi ke masa depan, memperkenalkan produk atau jasa terbaru, antisipasi permintaan untuk menciptakan suatu perubahan dan mempengaruhi lingkungan. Sikap proaktif mendorong perusahaan untuk mendapatkan peluncuran produk secepat mungkin sebagai cara untuk menghasilkan dana yang cepat atau memperoleh umpan balik pasar yang cepat. Penelitian yang dilakukan oleh [16] menunjukkan bahwa proaktif yang dilakukan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Risk taking merupakan tindakan berani dengan melakukan kegiatan yang tidak diketahui atau meminjam dengan berat, dan / atau melakukan sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti [17], [18]. Pengambilan risiko menunjukkan dorongan untuk berkomitmen secara proporsional dengan sejumlah sumber daya yang besar meskipun berpotensi tinggi untuk mengalami kegagalan [7], [8]. Penelitian yang dilakukan oleh Syed Hasan Haider et. al. menunjukkan bahwa *risk taking* yang dilakukan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis [16].

H1: Semakin tinggi proaktif, maka kinerja bisnis UKM semakin tinggi.

H2: Semakin tinggi tingkat risk taking, maka kinerja bisnis UKM semakin tinggi

C. Orientasi Belajar dan Kinerja Bisnis UKM

Proses pembelajaran adalah sebuah efek dari penyesuaian diri yang mempengaruhi hubungan antara sistem dan lingkungan eksternal. Menurut Alford B, organisasi proses belajar terutama berorientasi kognitif dan perilaku dimensi yang ada dalam konteks budaya, strategi, struktur, dan lingkungan [19]. Budaya merupakan seperangkat keyakinan bersama, norma-norma, dan ideologi yang mengatur perilaku dari sebuah organisasi. Panduan belajar cara membuat sebuah perubahan positif yang mengacu pada peningkatan. Orientasi pembelajaran adalah *self-control* strategi yang dapat membantu meningkatkan keterampilan dan kemampuan sumber daya manusia dan pengetahuan. Penelitian ini mengusulkan bahwa hipotesis ini benar

H3: Semakin tinggi orientasi belajar maka semakin tinggi kinerja Bisnis UKM.

III. METODOLOGI

Teknik pengumpulan data dan *sampling*

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana para pengelola UKM adalah responden yang kriterianya sesuai dengan tujuan penelitian. UKM yang telah terdaftar pada Dinas Koperasi dan Perdagangan

Propinsi Jawa Tengah. Berdasarkan desain pengambilan sampel, 250 kuesioner dikembalikan, menunjukkan tingkat respons sebesar 28,38 %. Tingkat respon ini konsisten dengan argumen oleh Osuagwu ditahun 2006 di mana karena kerahasiaan beberapa informasi yang diminta, tingkat respon yang tinggi mungkin tidak mungkin dilakukan. Dari 250 kuesioner yang diterima, hanya 220 kuesioner yang sesuai untuk digunakan pada tahapan analisis data.

Hasil analisis menunjukkan responden yang menjadi subyek penelitian ini sebanyak 220 orang (100%), responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 150 orang (68%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 orang (32%). Responden yang memiliki tingkat pendidikan SMU/SMK sebanyak 100 orang (45%), yang berpendidikan SMP sebanyak 100 orang (45%) dan yang berpendidikan SD sebanyak 20 orang (10 %). Sedangkan usia responden < 20 tahun sebanyak 50 orang (22 %), berusia antara 41 – 50 tahun dan sebanyak 100 orang (45%) berusia antara 31-40 tahun, yang berusia 51-60 tahun sebanyak 30 orang (14%) dan yang berusia 20-30 tahun sebanyak 40 orang (18%).

Adapun variabel dalam penelitian ini meliputi aspek proaktif dengan indikator peluang baru, perubahan dan informasi baru, *risk taking* meliputi berani mengambil resiko, berani meluncurkan produk baru, melakukan cara pemasaran baru, orientasi pembelajaran meliputi pengetahuan baru, perbaiki kesalahan, berbagi pengetahuan dan kinerja bisnis dengan indikator pertumbuhan pasar, pangsa pasar, kepuasan pelanggan. Semua indikator tersebut diukur dengan menggunakan skala *Likert* dengan rentang nilai 1 s/d 5, nilai 1 sangat tidak setuju dan nilai 5 sangat setuju.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas dan Reliabilitas

Setelah menganalisis statistik deskriptif menggunakan SPSS 22 dan memastikan bahwa data adalah normal, pemodelan persamaan struktural diterapkan menggunakan PLS-3. Smart PLS 3 telah digunakan karena dianggap sebagai yang terbaik untuk pemodelan persamaan struktural. Hal pertama yang dilakukan dalam *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS SEM) adalah mengukur reliabilitas dan validitas konstruk untuk selanjutnya dihitung reliabilitas dan validitas konstruk *Cronbach's alpha*, *Average Variance Extracted* (AVE), dan *Composite Reliability* (CR). Nilai yang dapat diterima untuk *Cronbach's Alpha*, AVE dan CR masing-masing adalah 0,60, 0,50, dan 0,70 [20] yang menjamin reliabilitas dan validitas instrumen. Nilai yang dihitung dari *alpha Cronbach*, CR, dan AVE disebutkan di bawah ini dalam tabel 2:

Tabel 2 : Validitas dan Reliabilitas

Construct	Item	Loading	Cronbacks alpha	CR	AVE
Proactive	P1	0,554	0,761	0,791	0,681
	P2	0,747			
	P3	0,708			
Risk taking	R1	0,614	0,752	0,765	0,631
	R2	0,839			
	R3	0,703			
Orientasi pembelajaran	OP1	0,487	0,815	0,879	0,701
	OP2	0,296			
	OP3	0,394			
Kinerja Bisnis	K1	0,548	0,756	0,779	0,692
	K2	0,397			
	K3	0,490			

Catatan : AVE the average Variance Extracted, CR, composite reability

Berdasarkan data tersebut maka dapat menunjukkan bahwa AVE dan CR nilainya diatas ketentuan yang dipersyaratkan, sehingga uji validitas dan reliabilitas dapat diterima.

Tabel 3 : Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh antar variabel	Original sampel	T statistik	keputusan
1	Proactive kinerja →	0,386	3,565	sign
2	Risk taking kinerja →	0,663	5,758	sign
3	Orientasi Pembelajaran kinerja →	0,561	4,658	sign

Sumber : data yang diolah

Setelah dilakukan suatu pengujian dengan menggunakan PLS-SEM dalam tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Signifikansi statistik dari pengaruh pendekatan proaktif terhadap kinerja perusahaan menunjukkan bahwa hal itu memiliki dampak positif pada kinerja perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada nilai t-statistik 3,565 dan t-tabel 1,6711. Koefisien estimasi 0,386. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin aktif suatu perusahaan, semakin baik kinerjanya [6]. Perusahaan mengambil risiko perilaku yang berhubungan dengan kinerja yang lebih baik, dengan signifikan secara statistik nilai 5,758 dan 1,6711 t-tabel. Koefisien estimasi untuk (β) adalah 0,663. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *risk taking* perusahaan, semakin baik kinerja perusahaan. Sesuai dengan hasil penelitian ini [7].

Perusahaan belajar dari orientasi memiliki efek yang sangat signifikan, seperti yang ditunjukkan dalam kinerja, nilai statistik 4,568, t-tabel 1,6711. Sedangkan nilai koefisien estimasi (β) sebesar 0,561. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi orientasi pembelajaran perusahaan, semakin baik pula kinerja perusahaan.

V. KESIMPULAN

Studi ini merupakan langkah menuju dukungan RBV. Penelitian ini menganalisis dampak tiga variabel yang secara empiris, terkait kinerja usaha UKM di Jawa Tengah. Temuan menunjukkan bahwa UKM jika mereka proaktif terhadap perubahan pasar, mereka dapat mempertahankan kinerjanya dengan mempertahankan posisinya di pasar. Begitu pula UKM yang selalu melakukan orientasi pembelajaran akan dapat menambah pengetahuan sehingga akan mampu menanggapi perubahan pasar. Selain itu sikap pengambilan resiko sangat penting untuk pertumbuhan dan kinerja UKM. Ketika UKM harus berinvestasi dalam inovasi, mereka dihadapkan pada resiko yang tampaknya bermanfaat bagi kelangsungan dan pertumbuhan. Temuan penelitian ini sangat penting bagi UKM untuk menjadi wirausaha dengan tujuan akhir tertentu untuk meningkatkan pangsa pasar mereka dengan kinerja bisnis yang efisien. Temuan ini selanjutnya penting bagi pemilik/manajer yang enggan berkreasi. Temuan studi juga penting bagi pembuat kebijakan karena memandu pembuat kebijakan untuk bekerja lebih efisien untuk pengembangan pusat pelatihan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan di kalangan pemilik UKM.

Dalam penelitian ini keterbatasan utama yang dihadapi selama melakukan penelitian ini meliputi faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan. Faktor tersebut merupakan perubahan kondisi lingkungan yang memang sulit terkontrol dan kebijakan pemerintah pada masa pandemi yang membatasi diri untuk melakukan kegiatan usaha.

PERNYATAAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang didanai oleh LPPM Unisnu Jepara. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih.

REFERENSI

- [1] Forber, DP, Managerial determinant of decision speed in new ventures, *Strategic Management Journal*, 26 (9) :355-366, 2018
- [2] Rauch, A, Wikland J. Lumpkin, G.T. & Frese, Entrepreneurial orientation and business performance ; An assessment of past research and Suggestion for the future, *Entrepreneurship Theory and Practice*, (5) 761-786, 2019
- [3] Venkatraman, “Strategic orientation of business enterpris : The construc dimentionalitiy and mesurement, “*Management Science*, 35(8), 942-962. 2019
- [4] Gonzales-Binito, Q. J. & Munoz-Gallego, P.A, “Role of Entrepreneurship and market orientationin firm suces, *Eropean Journal of Marketing*, 43(34), 500-522. 2019
- [5] Kraus S. Rigtering, J.C. Hugles. M.& Hosman. V, “Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs a quantitative studyfrom Netherland, *Reviewof Managerial Science* 6(2):161-182. 2012
- [6] Lumpkin, G.T., & Dess, G.G., Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.2021
- [7] Miller, D., “The correlates of entrepreneurship in three types of firms”, *Management Science*, Vol. 29 No. 7, pp. 770-90. 2019.
- [8] Covin, J.G & Slevin D.P, “A Conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour, *Entrepreneurship Theory and Practice* 16(1) 7-25, 2019
- [9] Ndubisi, N.O & Kurram Iftikhar. “Relationship between entrepreneurship innovation and Performance comparing small and medium size enterpris, *Journal of Reseach in Marketing and Entrepreneurship* 14(2): 214-346. 2012
- [10] Sciasca, S.D., Oria L. Bruni M. & Larraneta, B, “Entrepreneurial Orientation in Low and Medium Techindustries : The need for Absortive Capacity to incesse Performance *Eropean Management Journal*, 24(4): 329-354. 2014
- [11] Wiklund, J., & Shepherd, D.. Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*. 20(1), 71-89. 2015
- [12] Zahra, S., and Covin, J. G, Contextual influences on the corporate entrepreneurship performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing* 10:43–58. 2015
- [13] Yoon, J., Kim. D,S, “Empirical relationship among technological karakteristic global orientation and International of South Korean New Ventures, *Sustainability*, 8, 1254. 2016
- [14] Ibeh, K., Youang, S, “Exporting as an entrepreneurial act: An empirical study of Negerian firm, *Eropean Journal of Marketing* 35(6), 566-586, 2016
- [15] Hu, W, & Zhang Y, “New venture capability of the transformation from entrepreneurial orientation to new venture performance: Theory model and empirical study in China, *Nankai Business Review International* 3(3):302-325. 2012
- [16] Syed Hasan, Haidar, Muzafar, Asal. N, “ Entrepreneurial orientation and Business Performance of Managerial Sector Small and Mediumscala Enterprise of Punjab Pakistan, *Eropean Business Management*, 3(2) 21-28. 2017
- [17] Chandra, Chris,Stye & Ian Wilkinsel, “The recognition of firs time international entrepreneurial opportunitis, *International Marketing Review*, 26(10): 30-61, 2017
- [18] Idah & Mahmood, “Entrepreneurial orientation and Market orientation relationship performance: the SME perspective, *European Journal of Marketing* 30(6) 565-585, 2014
- [19] Alford B. Silver Lawrence S dan Sean Dwiyer, Learning and Performance goal orientation of sales people Revised:The Role of Performance –Approach and Performance Advaidence Orientiontton *Journal of Personal and sales Management* , 36, 27-38, 2016
- [20] Hair, J., Black, W., Babin, B. Anderson, R., & Talham, R., *Multivariate data Analysis (6 th ed)* Uppersaddle River, N.J., Preasson Prentice Hill, 2012.