

**EKONOMI**

**LAPORAN TAHUNAN**

**PERPUSTAKAAN UNIV. NEGERI PADANG  
PENELITIAN FUNDAMENTAL TERDAFTAR**

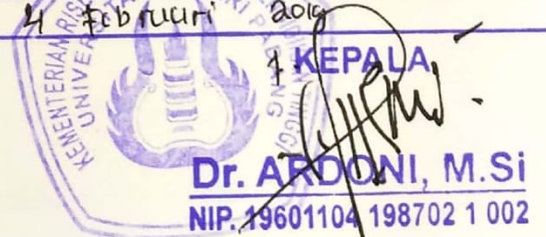
**JUDUL :** ANALISIS PERAN GENDER DALAM ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN ...

**PENGARANG :** PROF. DR. YUNIA WARDI, Drs. M.Si

**TIPUS :** LAPORAN PENELITIAN

**NOMOR :** 10 / UN 35 - 15 / PE / FI / 2019

**TANGGAL :** 4 Februari 2019



**ANALISIS PERAN GENDER DALAM ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN  
(ENTREPRENEURIAL ORIENTATION) TERHADAP KINERJA USAHA  
KECIL MENENGAH (UKM) SUMATERA BARAT**

Tahun ke 1 dari 2 tahun

**Ketua dan Anggota Tim**

**PROF. DR. YUNIA WARDI, Drs, M.Si/ NIDN: 0009115905  
PERENGKI SUSANTO, S.E., M.Sc/ NIDN: 0004048101**

Penelitian ini dibiayai oleh dana BOPTN  
Tahun Anggaran 2013 dengan surat penugasan  
Nomor.375.f/UN35.2/PG/2013 tanggal 31 Mei 2013

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
DESEMBER 2013**

## HALAMAN PENGESAHAN


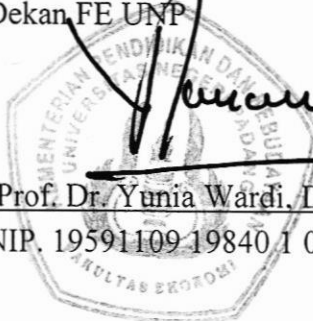
Judul Penelitian : **Analisis Peran Gender dalam Orientasi Kewirausahaan  
(*Entrepreneurial Orientation*) terhadap Kinerja Usaha Kecil  
Menengah (UKM) Sumatera Barat**

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 571 / Manajemen  
Ketua Peneliti :  
a. Nama Lengkap : Prof. Dr. YUNIA WARDI, Drs., M.Si  
b. NIDN : 0009115905  
c. Jabatan Fungsional : Guru Besar  
d. Program Studi : Manajemen  
e. Nomor HP : 081363584827  
f. Alamat surel (e-mail) : [yuniawardi@yahoo.com](mailto:yuniawardi@yahoo.com)  
Anggota Peneliti (1) :  
a. Nama Lengkap : Prof. Dr. YUNIA WARDI., Drs., M.Si.  
b. NIDN : 0004048101  
c. Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Lama Penelitian Keseluruhan : 2 tahun  
Penelitian Tahun ke : 1  
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 150.0000.000,00  
Biaya Tahun Berjalan : - diusulkan ke DIKTI Rp 75.000.000,00  
- dana internal PT Rp 0  
- dana institusi lain Rp 0  
- *inkind* sebutkan

Mengetahui

Dekan FE UNP

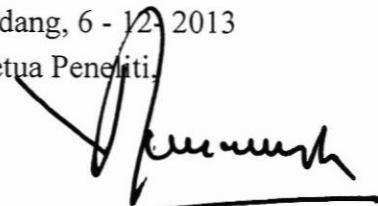
  


(Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs., M.Si)

NIP. 19591109198401002

Padang, 6 - 12 - 2013

Ketua Peneliti.



(Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs., M.Si)

NIP. 19591109198401002

Menyetujui,  
Ketua lembaga penelitian

  
  
(Dr. Alwen Bentri, M.Pd)  
NIP. 196107221986021002

## RINGKASAN

Perhatian pemerintah yang besar terhadap perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia menjadi salah satu faktor pemicu pertumbuhan jumlah UKM, termasuk di daerah Sumatera Barat sebagai salah satu sentra UKM yang lebih dominan bergerak pada sektor unggulan industri rumah tangga (Bank Indonesia, 2012). Pelaku utama UKM pada sektor ini didominasi oleh para pengusaha perempuan sehingga untuk mengukur kinerja UKM di Sumatera Barat peneliti perlu memperhatikan aspek gender sebagai pemoderasi kinerja UKM tersebut. Berdasarkan survai pendahuluan keberbagai instansi terkait tentang profil UKM Sumatera Barat khususnya, tidak ditemukan informasi yang lengkap mengenai kinerja UKM secara utuh. Hal ini diduga kebijakan pengembangan UKM yang belum berbasis pada komoditas unggulan di setiap daerah di Sumatera Barat. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini 1) mengidentifikasi usaha yang banyak digeluti oleh pelaku UKM berdasarkan sektor unggulan industri di Sumatera Barat sehingga dapat menggambarkan profil UKM Sumatera Barat, 2) membandingkan kinerja pelaku UKM yang dikelola pengusaha perempuan dengan laki-laki; 3) menguji kewirausahaan para pelaku UKM terutama dari dimensi keberanian mengambil risiko, keproaktifan dan keinovasian, dan 4) menguji peran gender pada kinerja UKM di Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan responden adalah pimpinan atau pemilik UKM di Sumatera Barat. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan *moderated regression analysis* (MRA) untuk menguji model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) profil UKM terbanyak secara berurutan adalah usaha kerupuk dan sejenis, kue dan makan ringan, bordiran/sulaman, tempe dan perabot, (2) tidak ada perbedaan antara pelaku UKM perempuan maupun laki dalam menjalankan usaha secara empiris, (3) orientasi kewirausahaan berdasarkan gender tidak menunjukkan perbedaan secara statistik, dan (4) tidak adanya peran gender sebagai efek interaksi dalam menentukan hubungan orientasi kewirausahaan pada kinerja UKM di Sumatera Barat. Implikasi penelitian bahwa sukses sebuah usaha bukan ditentukan oleh aspek gender melainkan oleh orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh para manajer atau pemilik UKM.

**Kata Kunci:** Orientasi kewirausahaan, gender dan kinerja UKM

## PENGANTAR

Kegiatan penelitian dapat mendukung pengembangan ilmu pengetahuan serta terapannya. Dalam hal ini, Lembaga Penelitian Universitas Negeri Padang berusaha mendorong dosen untuk melakukan penelitian sebagai bagian integral dari kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, baik yang secara langsung dibiayai oleh dana Universitas Negeri Padang, sumber dana BOPTN maupun dana dari sumber lain yang relevan atau bekerja sama dengan instansi terkait.

Sehubungan dengan itu, Lembaga Penelitian Universitas Negeri Padang bekerjasama dengan Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Ditjen Dikti Kemendiknas RI telah mendanai skema penelitian **Penelitian Fundamental** yang berjudul *Analisis Peran Gender dalam Orientasi Kewirausahaan (Entrepreneurial Orientation) terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) Sumatera Barat*, dari sumber BOPTN yang dialokasikan ke dalam DIPA Universitas Negeri Padang dengan surat penugasan pelaksanaan penelitian desentralisasi Nomor: 375.f/UN35.2/PG/2013 Tanggal 31 Mei 2013.

Kami menyambut gembira usaha yang dilakukan peneliti untuk menjawab berbagai permasalahan pembangunan, khususnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian tersebut di atas. Dengan selesainya penelitian ini, Lembaga Penelitian Universitas Negeri Padang telah dapat memberikan informasi yang dapat dipakai sebagai bagian upaya penting dalam peningkatan mutu pendidikan pada umumnya. Di samping itu, hasil penelitian ini juga diharapkan memberikan masukan bagi instansi terkait dalam rangka penyusunan kebijakan pembangunan.

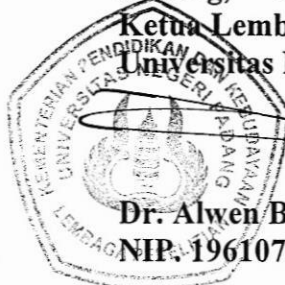
Hasil penelitian ini telah ditelaah oleh tim pembahas usul dan laporan penelitian, serta telah diseminarkan di tingkat nasional. Mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pada umumnya, dan peningkatan mutu staf akademik Universitas Negeri Padang.

Pada kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu pelaksanaan penelitian ini. Secara khusus, kami menyampaikan terima kasih kepada Direktur Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Ditjen Dikti Kemendiknas yang telah memberikan dana untuk pelaksanaan penelitian tahun 2013. Kami yakin tanpa dedikasi dan kerjasama yang baik dari DP2M, penelitian ini tidak dapat diselesaikan sebagaimana yang diharapkan. Semoga hal yang demikian akan lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Terima kasih.

Padang, Desember 2013

Ketua Lembaga Penelitian  
Universitas Negeri Padang,



Dr. Alwen Bentri, M.Pd.

NIP. 19610722 198602 1 002



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN PENGESAHAN .....	i
RINGKASAN .....	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Konsep Usaha Kecil dan Menengah (UKM) .....	5
2.2 Orientasi Kewirausahaan .....	6
2.3 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha.....	6
2.4 Peran gender, Kewirausahaan dan Kinerja UKM.....	7
2.5 Studi Pendahuluan yang Telah Dilaksanakan.....	8
2.6 Rencana Kegiatan .....	9
<b>BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN</b>	
3.1 Tujuan Khusus Penelitian .....	10
3.2 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB 4 METODE PENELITIAN</b>	
4.1 Jenis Penelitian.....	12
4.2 Populasi dan Sampel .....	12
4.3 Metode Pengumpulan Data.....	12
4.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	13
4.5 Teknik Analisis Data.....	13
<b>BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Hasil .....	15
5.2 Pembahasan.....	21
<b>BAB 6 RENCANA TAHAP BERIKUTNYA</b>	
6.1 Rencana Tahap Berikutnya .....	22
<b>BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
7.1 Kesimpulan .....	23
7.2 Saran .....	23
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel.</b>	<b>Halaman</b>
5.1 Gambaran Umur Perusahaan atau UKM .....	17
5.2 Gambaran Umum Pelaku UKM berdasarkan Sektor Unggulan .....	17
5.3 Gambaran Pengambilan Keputusan Usaha berdasarkan Gender....	25
5.4 Deskripsi Statistik dan Koefisien Korelasi antar Variabel .....	26
5.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	27

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar.</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Rencana kerja dengan Diagram Tulang Ikan ( <i>fishborn</i> ).....	9
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian .....	9

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Kuesioner Penelitian .....	32
2. Distribusi Data Penelitian .....	36
3. Uji Asumsi atau Prasyarat Analisis Regresi .....	39
4. Uji Hipotesis .....	45
5. Biodata Ketua dan Anggota Peneliti .....	50



## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kebijakan strategis yang memihak Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat ditinjau dari tiga argumen utama (Beck *et al*, 2007). Pertama, UKM dapat meningkatkan persaingan dan kemampuan kewirausahaan masyarakat sehingga mampu meningkatkan efisiensi perekonomian, inovasi, dan pertumbuhan produktivitas secara agregat. Kedua, UKM diklaim secara frekuensi lebih produktif dari perusahaan besar tetapi pasar finansial dan institusi lainnya gagal mendukung perkembangan UKM sehingga dukungan langsung keuangan UKM oleh pemerintah dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Ketiga, beberapa argumentasi menyakini bahwa ekspansi UKM mampu menaikkan pertumbuhan tenaga kerja lebih besar dari perusahaan berskala besar karena lebih intensif pada tenaga kerja (*labor intensive*).

Secara umum, kinerja UKM cukup membantu perekonomian Indonesia dilihat dari berbagai data yang dipaparkan oleh Badan Pusat Statistik dan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2010. Pertama, jumlah pelaku UKM merupakan pelaku ekonomi dominan yang mencapai 51,3 juta unit atau 99,99% dari seluruh pelaku ekonomi nasional. Kedua, kontribusi UKM terhadap pembentukan PDB menurut harga berlaku mendekati Rp.2.609,4 trilyun, ini berarti bahwa 55,56% dari PDB nasional yang totalnya mencapai Rp.4.696,5 trilyun bersandar pada produktivitas UKM. Ketiga, jumlah UKM tersebar hingga ke pelosok daerah, merupakan kekuatan ekonomi yang sesungguhnya dalam struktur pelaku ekonomi nasional. Keempat, penyerapan tenaga kerja sebanyak 90.896.270 orang tenaga kerja, ini berarti 93.491.243 atau 97,22% pekerja nasional bekerja di sektor UKM sehingga memberikan solusi untuk lapangan pekerjaan.

Kontribusi UKM terhadap perekonomian nasional sudah terbukti secara empiris. Besarnya kontribusi UKM secara agregat belum menentukan baiknya kinerja UKM di Indonesia. Hasil laporan Bank Indonesia tahun 2012 menjelaskan kelemahan mendasar yang dihadapi UKM adalah berkaitan dengan akses sumber

daya produktif terutama terhadap bahan baku, permodalan, teknologi, sarana pemasaran serta informasi pasar. Dalam hal pendanaan UKM memiliki modal yang terbatas, tingkat pendapatan rendah, aset jaminan dan administrasi tidak memenuhi persyaratan perbankan. Begitu juga dengan adopsi teknologi, UKM menggunakan teknologi sederhana, kurang memanfaatkan teknologi yang dapat memberikan nilai tambah produk. Demikian juga dengan informasi pasar yang tidak berimbang antar pelaku pasar, UKM sering mendapatkan porsi akses pasar yang sedikit dibandingkan perusahaan besar sehingga sulit bagi UKM untuk dapat memperluas jaringan dan cakupan pasar keberbagai tingkatan pasar.

Persoalan kinerja UKM ini juga dapat diamati di Provinsi Sumatera Barat karena basis perekonomiannya digerakan oleh sektor UKM. Khusus usaha skala kecil merupakan sumber pendapatan dari sebagian besar penduduk atau sekitar 80% dari pendapatan rumah tangga di Sumatera Barat (BPS, 2011; Bank Indonesia, 2012). Namun, banyaknya persoalan yang dihadapi para pelaku UKM menyebabkan sebagian UKM belum mampu meningkatkan pendapatannya ke tingkat yang lebih layak untuk memenuhi kebutuhan hidup dan usahanya. Hal ini diduga ada kaitan dengan karakteristik usaha yang digeluti para pelaku UKM. Berdasarkan hasil penelitian komoditas/produk jasa usaha unggulan (KPJu) UKM Sumatera Barat Tahun 2012 menunjukkan bahwa komoditas unggulan pada sektor industri secara berurutan menempatkan usaha kerupuk dan sejenisnya pada urutan tertinggi dengan skor terbobot (8,8012), usaha bordiran/sulaman (6,3766), kue dan makanan ringan (5,4607), tempe (5,2654) dan perabot (5,0946).

Berdasarkan hasil KPJu unggul UKM pada sektor industri tergambar bahwa empat dari lima usaha unggulan teratas diduga banyak dilakukan oleh para pengusaha perempuan karena sesuai dengan karakteristik pekerjaan atau sering dikerjakan sehari-hari. Bila merujuk data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia 2010, ada sekitar 60 persen UKM yang dikelola oleh para perempuan. Fakta ini tentunya menunjukkan bahwa perempuan memiliki potensi yang sangat besar untuk bisa sukses sebagai seorang wirausaha atau pengusaha.

Beberapa kajian literatur menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) antara pengusaha perempuan

dan pria, terutama dalam pengambilan resiko, keproaktifan dan keinovasian (Forbes, 2005; Rauch, dkk, 2009). Dengan kata lain, perbedaan gender merupakan aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam mengukur keberhasilan sebuah perusahaan berbasis gender. Oleh karena itu, Penelitian ini menguji secara mendalam peran gender dalam orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, keberanian mengambil resiko terhadap kinerja UKM di Sumatera Barat.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana gambaran (*mapping*) jumlah pelaku UKM berdasarkan sektor unggulan di Sumatera Barat?
- 2) Bagaimana kinerja pelaku UKM yang dikelola pengusaha perempuan dengan laki-laki?
- 3) Bagaimana kemampuan kewirausahaan para pelaku UKM terutama dari dimensi keberanian mengambil resiko, keproaktifan, dan keinovasian?
- 4) Bagaimana pengaruh orientasi kepengusahaan terhadap kinerja UKM Sumatera Barat ketika dimoderasi oleh gender.

## **BAB 2** **TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM)**

UKM diartikan secara luas dan beragam. Menurut *Small Business Administration* (SBA), UKM merupakan perusahaan yang dijalankan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam industri (DAmboise & Muldowney, 1988; Peterson *et al.*, 1986). Sedangkan, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengartikan UKM sebagai berikut:

‘usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini’

Pengertian UKM yang telah dikemukakan di atas, menekankan pada perusahaan yang dijalankan dan dimiliki secara independen dengan kriteria tertentu. Khususnya, kriteria UKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, diukur dari kekayaan bersih perusahaan atau penjualan per tahun. UKM memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 milyar per tahun. Kriteria ini dapat diubah sesuai perkembangan perekonomian negara dan diatur dalam Peraturan Presiden.

Beberapa pengertian dan kriteria UKM lainnya di Indonesia, juga merujuk pada Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008, seperti pengertian dan kriteria UKM menurut Bank Indonesia menyatakan bahwa UKM adalah perusahaan yang dimiliki dan dijalankan secara independen dengan kriteria sesuai undang-undang yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa UKM adalah perusahaan yang dijalankan dan dimiliki secara independen, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta (diluar bangunan dan tanah) atau penjualan per tahun lebih dari penjualan 300 juta sampai dengan 2,5 milyar per tahun.



## 2.2 Orientasi Kewirausahaan (*Entrepreneurial Orientation*)

Perkembangan kajian dalam bidang manajemen strategik mengalami pergeseran pada proses kewirausahaan, yang mana metode, praktik, dan gaya pengambilan keputusan manajer menggunakan tindakan-tindakan kewirausahaan (Lumpkin & Dess, 1996). Sebelumnya, Stevenson dan Jarillo (1990) menganalogikan bahwa studi orientasi kewirausahaan merupakan konsep manajemen kewirausahaan, merefleksikan proses, metode, dan gaya organisasional bertindak secara kewirausahaan. Oleh karena itu, Dess dan Lumpkin (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin meningkatkan keberhasilan kewirausahaan korporat (*corporate entrepreneurship*) harus berorientasi kewirausahaan.

Orientasi kewirausahaan merupakan karakteristik pada level perusahaan karena mencerminkan perilaku perusahaan (Covin dan Slevin, 1989,1991; Miller, 1983). Miller (1983) memperkenalkan dimensi spesifik dari orientasi kepengusahaan atas tiga dimensi yaitu, keinovasian (*innovativeness*), keproaktifan (*proactiveness*), dan keberanian mengambil risiko (*risk taking*).

Pertama, keinovasian adalah kesediaan memperkenalkan corak baru (*newness*) dan sesuatu yang baru (*novelty*) melalui proses eksperimentasi dan kreativitas yang ditujukan untuk pengembangan produk dan jasa baru maupun proses baru (Dess dan Lumpkin, 2005). Kedua, keproaktifan adalah karakteristik prespektif yang memandang kedepan (*forward-looking*) yang memiliki tinjauan masa depan (*foresight*) untuk mencari peluang dalam mengantisipasi permintaan mendatang (Dess dan Lumpkin, 2005). Terakhir, keberanian berisiko merupakan kesediaan perusahaan memutuskan dan bertindak tanpa pengetahuan yang pasti dari kemungkinan pendapatan dan mungkin melakukan spekulasi dalam resiko personal, finansial dan bisnis (Dess dan Lumpkin, 2005).

Lumpkin dan Dess, (1996, 2005) menambahkan dua dimensi lainnya, yaitu otonomi (*autonomy*) yang luas dalam pengambilan keputusan, dan memiliki keagresipan (*aggressiveness*) perusahaan dalam mengejar posisi unggulnya dalam persaingan bisnis. Namun, sebagian besar penelitian dalam konteks UKM secara dominan menggunakan tiga dimensi dari orientasi kewirausahaan (keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko) (yakni, Covin & Slevin, 1989; Ginsberg,

1985; Kreiser *et al.*, 2002; Morris & Paul, 1987; Naman & Slevin, 1993; Schafer, 1990; Tang *et al.*, 2008; Wiklund, 1998, 2003). Contohnya, Covin dan Slevin (1989), menemukan bahwa perusahaan berorientasi kewirausahaan cenderung berperilaku keinovasian, keberanian mengambil risiko dan proaktif.

Dalam penelitian ini, penulis juga mengadopsi konsep dan pengukuran orientasi kewirausahaan (yakni yang dikemukakan oleh Miller, 1983; Covin dan Slevin, 1989; Kreiser *et al.*, 2002) karena relevan dengan konteks penelitian yang akan dilakukan di UKM. Dengan demikian, orientasi kewirausahaan dapat dikatakan bahwa perusahaan yang berorientasi kewirausahaan apabila adanya kesediaan untuk inovasi, proaktif dalam mencari peluang baru, serta memiliki keberanian dalam mengambil risiko bisnis.

### **2.3 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Perusahaan**

Secara umum para peneliti setuju bahwa orientasi kewirausahaan memiliki tiga dimensi yaitu keinovasian (*innovativeness*), (2) keproaktifan (*proactiveness*), dan (3) keberanian mengambil risiko (*risk taking*) yang memengaruhi kinerja perusahaan (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1989; Rauch *et al.*, 2009). Temuan empiris juga menunjukkan hal sama, bahwa perusahaan yang berorientasi kewirausahaan memiliki kinerja lebih baik dibandingkan tidak mengadopsi orientasi kewirausahaan (Covin dan Slevin, 1986; Hult, Snow dan Kandemir, 2003; Lee *et al.*, 2001; Wiklund Shepherd, 2003; Rauch *et al.*, 2008), terutama kinerja keuangan. Sedangkan, kinerja non-keuangan, seperti meningkatnya kepuasan pemilik perusahaan tidak berbanding lurus karena peningkatan kepuasan pemilik lebih disebabkan dengan membaiknya kinerja keuangan, bukan langsung oleh orientasi kewirausahaan (Rauch *et al.*, 2009).

Beberapa temuan lainnya, menunjukkan lemahnya hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan (yakni, Dimitratos *et al.*, 2004; Lumpkin dan Dess, 2001; Zahra, 1991). Sedangkan, Tang *et al.* (2008) menemukan kurva U terbalik (*inverted U-shape*) hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM di Cina, karena adanya perbedaan karakteristik industri. Lebih ekstrim lagi, Covin *et al.* (1994); Geoge *et al.* (2001) tidak menemukan hubungan positif orientasi kewi-

rausahaan dan kinerja perusahaan dalam konteks yang berbeda. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa terdapatnya perbedaan temuan empiris hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja disebabkan oleh perbedaan konteks dan karakteristik industri.

Dalam konteks UKM, orientasi kewirausahaan menunjukkan hubungan yang kuat pada kinerja UKM (Lie *et al*, 2008). Hal ini dikarenakan UKM memiliki kemampuan merespon dengan cepat ancaman dan peluang bisnis (Chen & Hambrick, 1995). Kemampuan ini menjadi modal dasar UKM untuk dapat terus-menerus mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya.

McGrath dan MacMillan (2000) menyatakan perlunya pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*) untuk menemukan peluang baru untuk meremajakan bisnis yang sudah eksis. Pola pikir kewirausahaan ini yang melekat kuat pada UKM. Lagi pula, kecenderungannya UKM sangat kreatif mencari peluang pasar yang ada sehingga membuat mereka dapat terus bertahan dalam berbagai kondisi. Keunggulan ini tidak dimiliki oleh perusahaan besar. Hal ini diperkuat dengan temuan Salter dan Narver (2000) bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh pada kinerja perusahaan besar.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa UKM yang mampu bertahan dalam persaingan bisnis apabila memiliki perilaku kewirausahaan seperti keproaktifan atau mampu dengan cepat merespon ancaman dan memanfaatkan peluang pasar yang tersedia. Lalu, berani mengambil resiko atas peluang bisnis. Terakhir, terus melakukan inovasi atas produk dan jasa yang diberikan bagi pelanggannya. Oleh karena itu, perilaku kewirausahaan (keproaktifan, keberanian berisiko, dan keinovasian) inilah yang memengaruhi kinerja perusahaan.

#### **2.4 Peran Gender, Kewirausahaan dan kinerja UKM**

Peran gender menjadi isu yang menarik untuk dikaji dalam kajian Manajemen Strategik dan Kewirausahaan. Kajian gender dalam kewirausahaan menunjukkan temuan yang perlu diperdebatkan kembali bahwa terdapat perbedaan orientasi kewirausahaan dan kinerja antara laki dan perempuan (Brush, 1992, DuRietz and Henrekson, 2000). Beberapa kajian terdahulu menemukan pengaruh

langsung gender pada kinerja UKM (Watson, 2001, Robb, 2002, Rosa et al., 1996, Fasci and Valdez, 1998, Chaganti & Parasurman, 1996, Fischer et al., 1993).

Dilain pihak penelitian juga menemukan tidak terdapat perbedaan kinerja laki-laki dan perempuan Chell and Baines (1998) dan Kalleberg dan Leicht (1991). Hubungan antara gender dan kinerja UKM adalah sebuah fenomena yang kompleks (Rosa et al., 1996). Hal inilah alasan kuat perlu memahami perbedaan gender dan pengaruhnya pada kinerja UKM. Ketidakkonsistenan temuan ini menunjukkan bahwa isu gender masih perlu dikaji lebih jauh lagi sehingga dapat memberikan keyakinan bahwa gender bukan faktor penghambat dalam berwirausaha dan tidak ada hubungannya dengan kinerja usaha.

## **2.5 Studi Pendahulu yang Telah Dilaksanakan.**

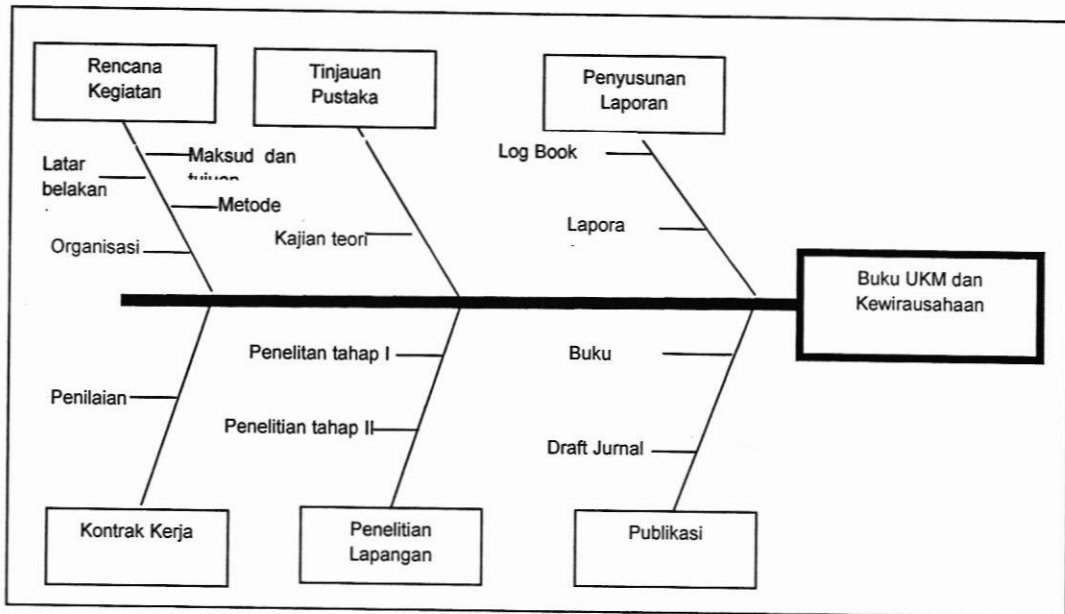
Berangkat dari penelitian anggota penulis mengenai orientasi kepengusahaan, orientasi pasar dan kinerja perusahaan kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) tahun 2010 menemukan berapa hal yang sangat menarik, yaitu para pengusaha UKM di DIY tidak sepenuhnya berorientasi kewirausahaan terutama dimensi keproaktifan dan keinovasian tidak berpengaruh secara signifikan pada kinerja UKM. Hal menunjukkan bahwa secara statistik keberhasilan UKM di DIY hanya karena dimensi keberanian mengambil resiko. Temuan ini menjadi diperkuat dengan fenomena-fenomena UKM yang dominan dalam penelitian ini seperti Gerabah, Makanan, dan kerajinan. Usaha ini tetap tumbuh dan bertahan bukan karena inovasi, dan keproaktifan melainkan tetap pada usaha turun temurun.

Selanjutnya, Peneliti terlibat dalam penelitian Komoditi/Produk Jasa Usaha (KPJU) unggulan Sumatera Barat 2011, kerjasama Bank Indonesia Padang dengan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Hasil temuan penelitian ini telah memberikan gambaran umum mengenai produk unggulan UKM Sumatera Barat 2011. Namun, dalam penelitian belum mampu mengkaji secara dalam potensi dan prospek UKM di masa mendatang, karena hanya sebatas mengidentifikasi. Oleh sebab itu, perlunya penelitian mendalam mengenai potensi dan prospek UKM berbasis pada usaha unggulan dengan pendekatan keperilaku dan kinerja UKM berbasis kewirausahaan.



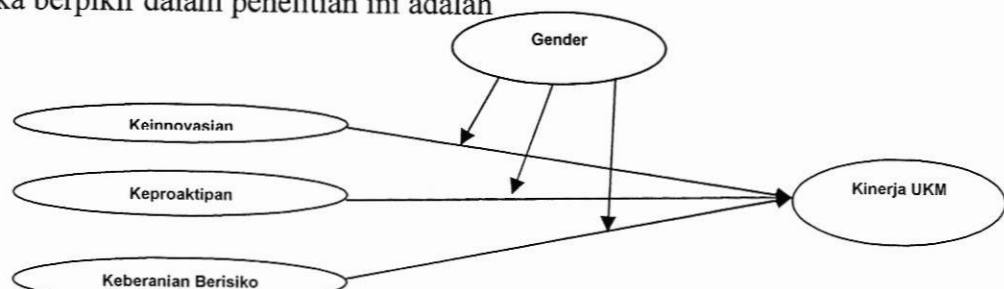
## 2.6 Rencana Kegiatan (Roadmap) Penelitian.

Kegiatan penelitian adalah mendalami perilaku pengusaha UKM Sumatera Barat sehubungan dengan orientasi kewirausahaan dan kinerja usahanya. Maka diagram tulang (fishbone) penyusunan buku ini adalah:



**Gambar 1: Diagram Strategi Pencapaian Tujuan Penelitian**

Setiap tahap dalam diagram tulang ikan ini menjadi dilakukan dengan pendekatan partisipatif dengan semua pihak berkepentingan sehingga diharap hasil penelitian ini dapat menghasilkan luaran yang rencanakan yaitu publikasi artikel ilmiah pada Jurnal Ilmiah Terakreditasi Nasional dan hasil akhir dari penelitian akan melahirkan buku UKM Unggulan Sumatera Barat dan Kewirausahaan. Buku ini sangat berharga dalam memperkaya pembelajaran diperguruan tinggi terutama dalam mata kuliah yang penulis ampu yaitu Manajemen Kewirausahaan dan UKM. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah



**Gambar 2: Model Kerangka Berpikir Penelitian.**

## BAB 3

### TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

#### 3.1 Tujuan Khusus Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang di atas menunjukkan bahwa komoditas unggulan UKM didominasi oleh sektor usaha makanan, konveksi, bordiran dan kerajinan (Laporan Bank Indonesia Padang, 2012). Diperkuat juga dengan hasil studi terdahulu memperlihatkan sebagian besar usaha ini dikelola oleh pengusaha-pengusaha perempuan. Padahal beberapa kajian literatur menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) antara pengusaha perempuan dan laki-laki, terutama dalam pengambilan resiko, keproaktifan dan keinovasian.

Dengan demikian, tujuan khusus penelitian ini adalah

- 5) Memetakan jumlah pelaku UKM berdasarkan sektor unggulan di Sumatera Barat;
- 6) Membandingkan kinerja pelaku UKM yang dikelola pengusaha perempuan dengan laki-laki;
- 7) Menganalisis kemampuan kewirausahaannya para pelaku UKM terutama dari dimensi keberanian mengambil resiko, keproaktifan, dan keinovasian.
- 8) Menguji peran gender dalam orientasi kepengusahaan terhadap kinerja UKM Sumatera Barat.

#### 3.2 Urgensi Penelitian

Berangkat dari tujuan khusus penelitian di atas maka alasan utama perlunya dilakukan penelitian ini. Pertama, penelitian terdahulu mengenai komoditas/produk jasa usaha (KPJU) unggulan Sumatera Barat tahun 2012 yang penulis laku bersama Bank Indonesia Padang hanya sebatas mengidentifikasi jumlah UKM berdasarkan sektor unggulan setiap kota/kabupaten Sumatera Barat. Hasil penelitian ini hanya memberikan gambar umum mengenai UKM unggulan Sumatera Barat, dan belum mampu memetakan (*mapping*) berdasarkan aspek keperilakuan pengusahaan UKM unggulan Sumatera Barat secara rinci. Untuk itu,

perlu ditindaklanjuti dengan *road-map* KPJU UKM unggulan berdasarkan aspek berperilaku sehingga dapat menggambarkan secara utuh potensi UKM Sumatera Barat ditinjau dari aspek berperilaku.

Kedua, berbagai tinjauan literatur menunjukkan orientasi kewirausahaan UKM perempuan dengan laki-laki berbeda. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa gender memengaruhi perilaku kepengusahaan dan kinerja UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) tahun 2010. Namun, bila dibandingkan dengan UKM di Sumatera Barat diduga memiliki perbedaan dengan UKM DIY karena perbedaan karakteristik kepengusahaan lokal (*entrepreneurial mindset*). Oleh karena itu, perlu membuktikan apakah terdapat perbedaan antara kinerja UKM yang dikelola pengusaha laki-laki dengan perempuan di Daerah Sumatera Barat.

Ketiga, perilaku kepengusahaan meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil resiko sebagai dimensi kewirausahaan (Miller, 1983; Dess, 2005) perlu diukur secara multidimensionalitas karena kebanyakan penelitian mengukur secara unidimensionalitas. Pendekatan metodologi ini diharapkan memperkaya kasanah penelitian di bidang manajemen UKM terutama pengembangan dimensional dari konstruk orientasi kewirausahaan.

Selanjutnya, menguji model orientasi kepengusahaan terhadap kinerja UKM dimoderasi oleh gender. Pengujian ini dapat memperkuat hasil pemetaan UKM unggulan Sumatera Barat. Tujuan akhirnya, pada tahap kedua diharapkan lahirnya model pengembangan UKM unggulan Sumatera Barat yang berbasis pada potensi dan orientasi kepengusahaan yang selama terabaikan oleh para pengambil kebijakan.

Terakhir, setiap tahap dalam diagram tulang ikan (*fishbone*) dalam rancangan kegiatan penelitian menunjukkan bahwa luaran dari penelitian adalah lahirnya publikasi artikel ilmiah pada Jurnal Ilmiah Terakreditasi Nasional dan hasil akhir dari penelitian akan melahirkan buku UKM Unggulan Sumatera Barat dan Kewirausahaan.

## **BAB 4 METODE PENELITIAN**

### **4.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian survai dengan menggunakan kuesioner. Untuk mendapatkan data maka digunakan dua tipe kuesioner yaitu terbuka dan struktur pertanyaan penelitian tertutup (*closed-ended question*). Tipe kuesioner terbuka digunakan untuk mengumpulkan data pemetaan kinerja pelaku UKM di Sumatera Barat, dan pertanyaan tertutup ditujukan untuk mengukur orientasi kewirausahaan pelaku UKM di Sumatera Barat.

### **4.2 Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan jumlah keseluruhan elemen atau anggota populasi yang akan diteliti (Cooper & Schindler, 2006). Penelitian ini menggunakan analisis pada level organisasional sehingga populasinya adalah seluruh pimpinan atau pemilik UKM di Daerah Sumatera Barat. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasinya sehingga cukup diwakili oleh sebagian dari anggota populasi atau disebut dengan sampel.

Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode non probabilitas (*non-probability*) karena tidak diketahui kerangka sampel penelitian. Oleh karena itu, pengambilan sampel menggunakan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Kriteria sampel diambil berdasarkan Komoditas Produk/Jasa Usaha unggulan (KPJu) Sumatera Barat tahun 2011, khususnya sektor industri unggulan UKM Sumatera Barat. Berdasarkan sektor Industri unggulan Sumatera Barat diwakili oleh Daerah Tujuan Wisata Bukittinggi dan Kota Pariaman sebagai daerah sumber sektor industri unggulan Sumatera Barat, khususnya usaha kerupuk dan sejenis, bordiran/sulaman, kue dan makanan ringan, tempe dan perabot. Ukuran sampel (*sample size*) diambil sebanyak 360 sampel dengan pertimbangan kecukupan sampel secara statistik untuk mendapatkan *power* penelitian 0,8 pada alpha 0,05 maka sampel minimal 5 sampai 20 kali item yang diobservasi (Hair, dkk, 2006:12).



### 4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer. Data *primer* yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama dan belum diolah oleh pihak manapun untuk tujuan penelitian tertentu (Cooper & Schindler, 2006). Sumber data dari pihak pertama yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pimpinan UKM di Sumatera Barat yang terpilih menjadi responden penelitian.

### 4.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut. Pertama, *orientasi kewirausahaan* merupakan persepsi manajer atas kesedia-annya dalam melakukan keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko dalam menjalankan perusahaan selama tiga tahun terakhir. Pengukuran orientasi kepengusahaan diadopsi Covin dan Slevin (1989). Semua item pertanyaan pengukurannya berdasarkan skala 5 poin (1= sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Operasionalisasi *gender* diukur dengan skala nominal yaitu laki-laki = 0 dan perempuan = 1.

Kedua, operasionalisasi *kinerja UKM* diadopsi dari penelitian Wiklund & Shepherd (2003) mengukur kinerja perusahaan dengan cara meminta responden membandingkan perkembangan kinerja perusahaannya selama tiga tahun terakhir dari pesaing utama mereka. Ukuran kinerja dalam bentuk persepsian dengan skala 5 poin skala dari 'sangat rendah' sampai dengan 'sangat tinggi'.

### 4.5 Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan Kinerja UKM Sumatera Barat. Selanjutnya untuk menguji model penelitian menggunakan analisis *Moderated regression analysis* untuk mengetahui pengaruh multi-level antar variabel, meliputi (1) pengaruh variabel keinovasian pada kinerja UKM dimoderasi oleh gender, (2) pengaruh variabel keproaktifan pada kinerja UKM dimoderasi oleh gender, dan

(3) pengaruh keberanian mengambil resiko pada kinerja UKM dimoderasi oleh variabel gender.

## **BAB 5**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1. HASIL**

##### **5.1.1. Hasil Penyebaran Kuesioner**

Penyebaran kuesioner penelitian ini melibatkan mahasiswa tahun akhir Universitas Negeri Padang sebagai enumerator. Pertimbangan melibatkan mahasiswa tahun akhir adalah memberikan pengalaman lapangan pada mahasiswa untuk dapat berinteraksi secara langsung dengan para responden penelitian sehingga dapat dijadikan bekal bagi mereka dalam membuat penelitian selanjutnya atau skripsi. Mahasiswa juga dilibatkan dalam tabulasi dan analisis data penelitian.

Hasil penyebaran kuesioner penelitian dari 360 orang responden penelitian yaitu pemilik atau pimpinan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang direncanakan, ternyata keusioner yang berhasil kembali sebanyak 256 buah dengan tingkat pengembalian (*response rate*) sebesar 71 persen. Kuesioner yang digunakan dalam analisis sebanyak 234 kuesioner dan sisanya 8,6 persen tidak layak digunakan karena ada item pertanyaan yang tidak dijawab atau diisi responden (*missing value*). Jumlah kuesioner yang dianalisis telah memenuhi syarat kecukupan sampel minimum secara statistik, yaitu satu item diwakili oleh 5 sampai 20 observasi atau 130 responden untuk mendapat tingkat kekuatan penelitian 0,80 pada level signifikan yang diinginkan pada alpha 0,05 (Hair, dkk, 2006:12).

##### **5.1.2. Gambaran Sampel Penelitian**

Gambaran mengenai umur perusahaan atau sampel penelitian dapat dilihat secara rinci pada Tabel 5.1. Berdasarkan umur usaha yang dikelola atau dipimpin oleh pelaku UKM sebagian besar telah berusia >5 tahun sebanyak 79,49 persen dan sekitar 20,51 persen perusahaan baru atau usia <5 tahun. Artinya perusahaan yang dijadikan sampel merupakan perusahaan yang telah berpengalaman dalam menjalankan usahanya selama bertahun-tahun. Kemampuan UKM bertahan cukup lama dalam persaingan bisnis yang kompetitif mengindikasikan bahwa adanya

kemampuan manajerial pimpinan atau pemilik UKM yang cukup baik sehingga mampu mempertahankan kesinambungan bisnisnya dalam jangka panjang.

**Tabel 5.1 Gambaran Umur Perusahaan atau Usaha Dikelola Pelaku UKM**

No.	Umur Perusahaan atau Usaha	Frekuensi	Persentase
1.	$\geq 3$ tahun sampai dengan $\leq 5$ tahun	48	20,51
2.	$> 5$ tahun sampai dengan $\leq 10$ tahun	69	29,49
3.	$> 10$ tahun sampai dengan $\leq 15$ tahun	60	25,64
4.	$> 15$ tahun ke atas	57	24,36
	<b>Jumlah</b>	<b>234</b>	<b>100</b>

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa perusahaan yang telah lama eksis berkemungkinan besar dapat mempertahankan kinerja bisnis jangka panjang karena adanya kemampuan manajerial yang cukup baik dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan persaingan bisnis.

### 5.1.3. Gambaran Pelaku UKM berdasarkan Sektor Unggulan

Berdasarkan kategori usaha unggulan yang dijalankan para pelaku UKM dapat dikelompokkan atas lima usaha, yaitu usaha kerupuk dan sejenis, usaha kue dan makanan ringan lainnya, usaha bordiran dan sulaman, usaha tempe, dan usaha perabot. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 5.2 di bawah ini sebagai berikut.

**Tabel 5.2 Gambaran Umum Pelaku UKM Berdasarkan Sektor Unggulan**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1.	Kerupuk dan sejenisnya	76	32,48
2.	Bordiran/sulaman	59	25,21
3.	kue dan makanan ringan	60	25,64
4.	Tempe	35	14,96
5.	Perabot	4	1,71
	<b>Jumlah</b>	<b>234</b>	<b>100</b>

Tabel 5.2 di atas menunjukkan bahwa usaha kerupuk merupakan responden paling banyak dijadikan sampel penelitian yaitu 32,48 persen. Kemudian disusul oleh usaha kue dan makanan ringan sebesar 25,64 persen. Secara keseluruhan sebesar 58,12 persen responden merupakan pengusaha produk makanan khas daerah Sumatera Barat. Ini menunjukkan bahwa jenis usaha yang dapat bertahan cukup lama adalah usaha yang menghasilkan produk khas daerah seperti kerupuk dan sejenisnya, kue dan makanan ringan. Kemudian disusul usaha bordiran/sulaman sebesar 25, 21 persen. Usaha ini mengindikasikan dapat bertahan cukup lama karena membuat produk ciri khas daerah Sumatera Barat.

**Tabel 5.3 Gambaran Pengambil Keputusan Usaha Berdasarkan Gender**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	71	30,34
2	Perempuan	163	69,66
	<b>Jumlah</b>	234	100,00

Berdasarkan Tabel 5.2 di atas menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dalam usaha lebih didominasi oleh perempuan sebesar 69,66 persen. Hal ini sejalan dengan jenis usaha yang diteliti sebagian besar usaha yang selama ini banyak dikerjakan oleh kaum perempuan seperti usaha kerupuk dan sejenisnya, usaha bordiran/sulaman, usaha kue dan makanan ringan, dan usaha tempe. Sedangkan usaha perabot hanya sebagian kecil keterlibatan perempuan, meskipun tidak tertutup kemungkinan perempuan menjadi pengusaha perabot.

#### **5.1.4. Deskripsi Data Penelitian**

Secara ringkas deskripsi data penelitian ini disajikan dalam Tabel 5.3 meliputi rata-rata, standar deviasi, dan korelasi antar variabel. Pertama, nilai rata-rata jawaban responden paling tinggi ditunjukkan oleh variabel keberanian mengambil risiko sebesar 3,776 dan kemudian disusul oleh keproaktifan sebesar 3,483. Ini menunjukkan kekonsistenan jawaban responden secara rata-rata karena ketika responden mengatakan mempunyai keberanian mengambil risiko bisnis cenderung

berperilaku proaktif dalam mencari berbagai peluang bisnis. Kemudian diikuti oleh nilai rata-rata keinovasian yang tidak jauh berbeda yaitu sebesar 3,244.

Kedua, standar deviasi mencerminkan sebaran data, yang mana semakin tinggi nilai standar deviasi maka data akan menyebar disekitar nilai rata-ratanya dan sebaliknya semakin kecil standar deviasi maka data akan mengelompok pada nilai rata-ratanya. Nilai standar deviasi tertinggi dimiliki oleh keberanian mengambil resiko sebesar 0,549 kemudian diikuti oleh variabel kinerja perusahaan sebesar 0,545. Namun secara keseluruhan keempat variabel penelitian memiliki standar deviasi cenderung tergolong kecil sehingga penyebaran data mengelompok pada nilai rata-rata. Secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 5.4 Deskripsi Statistik dan Koefisien Korelasi antar Variabel**

Variabel	Mean	S.D	1	2	3	4
1. Kinerja Perusahaan (Y)	3.274	0.545				
2. Keinovasian (X1)	3.244	0.527	0.736**			
3. Keproaktifan (X2)	3.483	0.464	0.638**	0.638**		
4. Keberanian Berisiko (X3)	3.776	0.549	-0.063*	0.013	0.224**	
5. Gender (X4)	0.684	0.466	0,083*	-0.011	0.021	-0.088*

*S.D is standard deviation*

\* *Corelation is significant at the 0.05 level (two-tailed)*

\*\* *Corelation is significant at the 0.01 level (two-tailed)*

Terakhir, korelasi antara variabel yang ditunjukkan Tabel 5.3 memiliki arah hubungan yang positif meliputi, hubungan kinerja perusahaan dengan keinovasian 0,736 pada level signifikansi  $< 0,05$ . Hal ini mengindikasikan terdapatnya hubungan yang kuat antara variabel kinerja perusahaan dengan keinovasian. Kemudian variabel keproaktifan memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan sebesar 0,638. Selanjutnya variabel keberanian berisiko memiliki hubungan yang kuat dengan kinerja meskipun arah hubungannya negatif. Terakhir, gender memiliki hubungan dengan kinerja perusahaan yang cukup kuat pada level signifikan 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki hubungan

yang cukup kuat antar satu sama lainnya sehingga untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti maka dilanjutkan dengan analisis regresi.

#### **5.1.5. Uji Prasyarat dalam Analisis Regresi**

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis maka perlu dilakukan uji prasyarat meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan homoskedastisitas. Pertama, normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, *error* yang dihasilkan mempunyai distribusi normal. Untuk menguji normalitas model regresi dapat dilihat sebaran data dalam histogram dan sebaran data pada *normal probability plot* (NPP). Hasil analisis data dapat dilihat pada lampiran 2 menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal karena kurva normal yang ada pada grafik mengikuti bentuk bel (lonceng). Sedangkan pada grafik NPP menunjukkan sebaran data disekitar titik garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian model layak dilanjutkan untuk menggunakan analisis regresi.

Kedua, uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel tidak memiliki hubungan yang erat satu sama lainnya secara statistik. Model terbebas dari multikolinieritas apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) sekitar angka 1 dan *Tolerance* mendekati angka 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF sekitar 1 dan *tolerence* mendekati 1 (lihat lampiran 2).

Ketiga, uji homoskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi tidak terjadi ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, varians berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas. Oleh karena itu, model yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil olahan data (lihat pada lampiran 2) terlihat bahwa grafik tidak terjadi heteroskedastisitas karena tidak membentuk pola tertentu.

#### **5.1.6. Peran Gender dalam Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja UKM**

Analisis data menggunakan *moderated regression analysis* (MRA) untuk menguji efek moderasi dari variabel penelitian. Analisis data menggunakan MRA dilakukan dengan beberapa tahapan pengujian meliputi pengujian pengaruh utama



(*main effects*) dan pengaruh interaksi (*interaction effects*). Pengaruh utama dan interaksi dapat dirumuskan dalam beberapa model persamaan penelitian sebagai berikut ini, yaitu:

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \quad (1)$$

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 \quad (2)$$

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5(x_1.x_4) + b_6(x_2.x_4) + b_7(x_3.x_4) \quad (3)$$

Keterangan model persamaan 1 di atas dapat dijelaskan bahwa variabel kinerja (Y) merupakan variabel kriteria, konstanta ( $b_0$ ), koefisien ( $b$ ), keinovasian ( $x_1$ ), keproaktifan ( $x_2$ ), dan keberanian berisiko ( $x_3$ ). Model persamaan 2 memasukkan variabel gender sebagai variabel prediksi ( $x_4$ ). Model persamaan 3 merupakan pengujian efek interaksi dengan menambahkan variabel interaksi keinovasian dengan gender ( $x_5$ ), interaksi keinovasian dengan gender ( $x_6$ ), dan interaksi keinovasian dengan gender ( $x_7$ ).

**Tabel 5.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis dengan menggunakan Moderated Regression Analysis**

Variabel	Model 1	Model 2	Model 3
Keinovasian	1.628*	1.642*	1.817*
Keproaktifan	1.184*	1.162*	1.071*
Keberanian berisiko	-0.430*	-0.408*	-0.217
Gender		0.741	4.528
Interaksi keinovasian dan gender			-0.229
Interaksi keproaktifan dan gender			0.124
Interaksi keberanian berisiko dan gender			-0.249
R <sup>2</sup>	0.609	0.614	0.615
R <sup>2</sup> ( <i>Adjusted</i> )	0.604	0.607	0.603
F	119.298	90.938	51.632

\* Signifikan pada  $p < 0.05$

Berdasarkan Tabel 5.5 menunjukkan ringkasan hasil analisis data menggunakan MRA. Hasil dalam model persamaan 1 menunjukkan bahwa nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,609 atau 61% kemampuan variabel prediktor menjelaskan varians variabel kriteria. Secara statistik model 1 dinyatakan layak karena nilai F sebesar 119.298 dengan tingkat signifikansi pada  $\alpha = 0.05$ . Kemudian hasil pengujian hipotesis

menunjukkan ketiga variabel prediksi memiliki pengaruh yang signifikan pada  $\alpha = 0.05$ . Namun, ketika dimasukkan variabel prediksi, yaitu gender ( $x_4$ ) maka hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapatnya hubungan signifikan antara variabel gender terhadap kinerja. Begitu juga dengan peningkatan nilai  $R^2$  sebesar 0,005 sangat kecil atau tidak berarti. Selanjutnya, model 3 menunjukkan bahwa tidak terdapat efek moderasi variabel gender terhadap hubungan variabel prediksi pada variabel kriteria sehingga model persamaan akhir dikeluarkan semua variabel yang tidak signifikan.

## 5.2. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran umum pelaku UKM berdasarkan sektor unggulan di Sumatera Barat didominasi oleh sektor usaha makan meliputi (1) usaha kerupuk dan sejenisnya, (2) kue dan makan ringan, dan (3) usaha tempe. Ketiga jenis usaha ini menjadi usaha primadona oleh sebagian besar pelaku UKM di Sumatera Barat khususnya di Kota Wisata Bukittinggi dan Kota Pariaman.

Bila dikaitkan dengan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan pelaku UKM di Sumatera Barat meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil risiko pada kinerja usaha berpengaruh secara signifikan. Artinya semakin inovatif produk yang dihasilkan oleh para pelaku UKM maka semakin meningkat kinerja usahanya. Begitu juga dengan keproaktifan yang ditunjukkan pelaku UKM akan dapat meningkatkan kinerja usaha. Dengan kata lain, kemampuan mengeksploitasi peluang usaha yang ada memberikan mamfaat pada kinerja usaha. Namun, keberanian mengambil risiko berpengaruh secara negatif pada kinerja usaha. Hal ini berarti bahwa semakin berani mengambil risiko maka semakin tinggi peluang untuk menurunkan kinerja usaha. Hal ini diduga ada kaitan dengan karakteristik produk unggulan yang dihasilkan sebagai besar pelaku UKM yaitu usaha makanan. Umumnya usaha makan khas daerah harus mampu mempertahankan ciri daerah tersebut sehingga muncul keraguan pelaku UKM untuk mengambil risiko bisnis dalam mengembangkan usaha.

Selanjutnya, dilihat dari peran gender pada kinerja UKM tidak terdapat pengaruh yang berarti pada kinerja UKM di Sumatera Barat. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian Chell and Baines (1998) dan Kalleberg dan Leicht (1991) bahwa gender tidak berpengaruh pada kinerja usaha UKM. Hal ini menjadi temuan yang menarik bahwa dalam menjalankan usaha sektor unggulan khususnya usaha di bidang makanan dan sejenisnya yang identik dengan gender tertentu ternyata tidak terbukti secara empiris. Dengan kata lain, apapun jenis kelamin dalam menjalankan usaha sektor unggulan UKM di bidang usaha makan dan sejenis dapat sukses atau berkinerja tingkat tinggi asalkan pelaku UKM tersebut berorientasi kewirausahaan.

Secara ringkas dapat dikatakan bahwa gender bukan faktor penentu kinerja usaha. Bahkan, ketika diuji efek interaksi gender pada ketiga dimensi orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil risiko menunjukkan bahwa gender tidak berpengaruh secara signifikan. Temuan ini memperkuat keyakinan bahwa gender bukanlah faktor yang dapat dijadikan alasan kuat untuk menentukan apa seseorang berorientasi kewirausahaan atau tidak berkinerja berdasarkan jenis kelamin meskipun ada beberapa penelitian terdahulu seperti Du Rietz and Henrekson (2000) mengatakan bahwa pelaku usaha berjenis kelamin perempuan kurang berkinerja (*underperformance*).

## **BAB 6**

### **RENCANA TAHAP BERIKUTNYA**

Berdasarkan uraian hasil penelitian yang telah dicapai pada bab VI maka rencana tahapan penelitian berikutnya adalah:

1. Publikasi ilmiah pada jurnal terakreditasi nasional pada tahun 2014
2. Menyusun buku teks kewirausahaan berbasis gender
3. Melanjutkan penelitian tahap kedua untuk menganalisis kinerja UKM unggulan berbasis gender.

## **BAB 7**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kinerja UKM dipengaruhi oleh variabel orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko. Namun, kinerja UKM tidak dipengaruhi oleh aspek gender. Dengan kata lain, apapun jenis kelamin manajer UKM dapat meningkatkan kinerja usahanya dengan catatan mempunyai keinovasian, keproaktifan dan keberanian dalam mengambil risiko bisnis.

Oleh karena itu, dapat disarankan pada pelaku UKM untuk meningkatkan kinerja usaha perlu melakukan inovasi produk sesuai dengan keinginan pasar atau pelanggan, lebih proaktif dalam mencari peluang-peluang usaha dan berani mengambil berbagai risiko bisnis yang mungkin akan terjadi sebagai konsekuensi dari keinovasian dan keproaktifan.

## DAFTAR BACAAN

- Abernathy, W. J. dan Utterback J. M. (1978). Patterns of industrial innovation. *Technology Review*, 89(7), pp. 41-47.
- Atuahene-Gima, K. (2005). Resolving the Capability—Rigidity Paradox in New Product Innovation. *Journal of Marketing*, 69 (4): 61-83.
- Atuahene-Gima, K., & Ko, A. (2001). An Empirical Investigation of the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product Innovations. *Organization Science*, 12 (1): 54–74.
- Atuahene-Gima, K., Slater, S.F., & Olson, E. (2005). The Contingent Value of Responsive and Proactive Market Orientations for New Product Program Performance. *Journal of Product Innovation Management*, 22 (6): 464-482.
- Birkinshaw, J. (1997). Entrepreneurship in multinational corporations: the characteristics of subsidiary initiatives. *Strategic Management Journal*, 18 (3): 207-229.
- Becherer, R.C. & Maurer, J.G. (1997). The moderating effect of environmental variables on entrepreneurial and marketing orientation of entrepreneur-led firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (1): 47-58.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A & Levine, R. (2007). Finance, inequality and the poor, *Journal of Economic Growth*, Springer, vol. 12(1), pages 27-49, March.
- Bhuan, S.N., Menguc, B., & Bell, S.J. (2005). Just entrepreneurial enough: The moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance. *Journal of Business Research*, 58: 9–17.
- Brush, C., (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (4), 5-30.
- Cano, C.R., Carrillat, F.A., & Jaramillo. (2004). A meta-analysis of relationship between market orientation and business performance: evidence from five continents. *International Journal of Research in Marketing*, 21: 179-200.
- Carter, N. M., Stearns., T. M., Reynolds, P. D. & Miller B. A. (1994). New venture strategies: Theory development with an empirical base. *Strategic Management Journal*, 15(1): 21-41.

- Chaganti, R., & Parasurman, S. (1996). A study of the impact of gender on business performance and management patterns in small businesses, *Entrepreneurship Theory and Practice*, winter, 73-75.
- Chen, M., & Hambrick, D. C. (1995). Speed, stealth and selective attack: How small firms differ from large firms in competitive behavior. *Academy of Management Journal*, 38(2): 453-482.
- Chell, E., & Baines, S. (1998). Does gender affects business performance? A study of micro-businesses in business services in the UK, *Entrepreneurship and Regional Development*, 10 (1), 117-135.
- Day, G. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58 (10): 37-52.
- Dean, T.J. Brown, R.L, & Bamford, C.E. (1998). Differences in large and small firm responses to environmental context: Strategic implications from a comparative analysis of business formations, *Strategic Management Journal*, 19 (8):709-728.
- Deshpande, R., & Webster, F.E. (1989). Organizational culture and marketing: Defining the research agenda. *Journal of Marketing*, 53: 1-20.
- Deshpande, R., & Farley, J. (1999). Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms. *Journal of International Marketing*, 57 (1): 23-38.
- Dess, G.G. & Lumpkin, G.T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in Stimulating effective corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19 (1): 147-156.
- Dickson, P.R. (1992). Toward a General Theory of Competitive Rationality. *Journal of Marketing*, 56 (1): 69-83.
- Doty, D.H., & Glick, W.H. (1994). Typologies as a unique form of theory building: Toward improved understanding and modeling. *Academy of Management Review*, 19 (2): 230-251.
- Dimitratos, P., Lioukas, S., & Carter, S. (2004). Relationship between entrepreneurship and international performance: The importance of domestic environment. *International Business Review*, 13: 19-41.
- DuRietz, A., Henrekson, M. (2000). Testing the female underperformance hypothesis, *Small Business Economics*, 14, 1-10.



- D'Amboise, G & Muldowney, M. (1988). Management Theory for Small Business: Attempts and Requirements. *Academy of Management Review*, 13 (2): 226-240.
- Forbes, D.P. (2005). Managerial determinants of decision speed in new ventures. *Strategic Management Journal*, 26 (9): 355-366.
- Fasci, M., Valdez, J. (1998). A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices, *Journal of Small Business Management*, 36(3), 1-7.
- Fischer, E., Reuber, A., Dyke, L., (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender and entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 8(2), 151-168.
- Gebhardt, G. F., Carpenter, G. S., Sherry, J. F., (2006). Creating a market orientation: A longitudinal, multifirm, grounded analysis of cultural transformation. *Journal of Marketing*, 70 (4): 37-55.
- Grinstein, A. (2008). The relationships between market orientation and alternative strategic orientations: A meta-analysis. *European Journal of Marketing*, 42(12): 115-134.
- Hambrick, D. C., MacMillan, I. C., & Day, D. L. (1982). Strategic attributes and performance in the BCG matrix-A PIMS-based analysis of industrial product businesses. *Academy of Management Journal*, 25: 510-531.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). *Competing for the Future*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Hult, G.T.M., Snow, C.C., & Kandemir, D. (2003). The role of entrepreneurship in building cultural competitiveness in different organizational types. *Journal of Management*, 29(3), 401-426.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babim, B.J., Anderson, R.E., & Tatham, R.L. (2006). *Multivariate Data Analysis*, sixth edition. Pearson International Edition.
- Jaworski, B.J., & Kohli, A.K. (1993). Market Orientation: Antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 52 (7): 53-70.
- Kalleberg, A., Leicht, K. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of Management Journal*, 34(1), 136-161.
- Kreiser, P.M., Marino, L.D., & Weaver, K.M. (2002). Assessing the relationship between entrepreneurial orientation, the external environment, and firm

- performance scale: A multi-country analysis. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 199–208). Wellesley, MA: Babson College.
- Kumar, K., Subramanian, R., & Youger, C. (1998). Examining the market orientation performance relationship: A context-specific study. *Journal of Management*, 24 (2): 201-233.
- Kohli, A.K., & Jaworski B. J. (1990). Market Orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54 (4): 1-18.
- Li, Y., Zhao, Y., Tan., J., & Liu, Y. (2008). Moderating effects of entrepreneurial orientation on market orientation-performance linkage: Evidence from Chinese Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 46 (1): 113-133.
- Liu, S., Luo, X. and Shi, Y.Z. (2002). Integrating customer orientation, corporate entrepreneurship, and learning orientation in organizations-in-transition: an empirical study. *International Journal of Research in Marketing*, 19: 367-82.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 97(1): 135-72.
- Luo, X., Zhou, L. & Liu, S. (2005b). Entrepreneurial firms in the context of China's transition economy: An integrative framework and empirical examination. *Journal of Business Research*, 58: 277-284.
- McGrath, R.G., & MacMillan, I. (2000). *The intreprenurial mindset*. Harvard Business School Press: Boston.MA.
- Matsuno, K., Mentzer, J. T., & Ozsomer, A. (2002). The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance. *Journal of Marketing*, 66(3), 18–32.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7): 770–791.
- Morris, M.H. & Paul, G.W. (1987). The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms. *Journal of Business Venturing*, 2(3): 247–259.
- Naman, J.L. & Slevin, D.P. (1993). Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests. *Strategic Management Journal*, 14: 137–153.

- Pelham, A. (2000). Market orientation and the other potential influences on performance in small and medium-sized manufacturing firms. *Journal of Small Business Management*, 38(1): 48–66.
- Peterson, R.A., Albaum, G., & Kazmetsky (1986). The public's definition of small business. *Journal of Small Business Management*, 24 (3).
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, (5): 761- 786.
- Robb, A. (2002). Entrepreneurial performance by women and minorities: The case of new firms, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(4), 383-397.
- Rosa, P., Carter, S., & Hamilton, D. (1996). Gender as a determinant of small business performance: insights from a British study, *Small Business Economics*, 8, 463-478.
- Susanto, Perengki (2010). Pengaruh Orientasi Pasar pada Kinerja Perusahaan Kecil Dimediasi Oleh orientasi Kepengusahaan. Thesis UGM.
- Susanto, Perengki (2010). Pengaruh Orientasi Kepengusahaan pada Kinerja Perusahaan Kecil. *Jurnal Economac*. Vol. 10. N0.2.
- Shoham, A., Rose, G. & Kropp, F. (2005). Market orientation and performance: A meta-analysis. *Marketing Intelligence and Planning*, 23: 435-54.
- Slater, S.F. (1997). Developing a customer value-based theory of the firm. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25 (Spring): 162-67.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (1994). Does competitive environment moderate the market orientation-performance relationship?, *Journal of Marketing*, 58(1): 46-55.
- Stevenson, H.H., & Jarillo, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*. (special issue) 11:17-27.
- Tang, J., Tang, Z., Marino, L.D., Zang, Y., & Li, Q. (2008). Exploring an Inverted U-Shape relationship between entrepreneurial orientation and performance in Chinese Ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, (1): 219-239.
- Watson, J. (2001). Examining the impact on performance of demographic differences between male and female controlled SMEs, *Small Enterprise Research*, 9(2), 55-70.

- Woo, C.Y., & Cooper, A.C. (1981). Strategies of effective low share businesses.  
*Strategic Management Journal*, 2: 301-318.
- Woo, C.Y., & Cooper, A.C. (1982). The surprising case for low market share.  
*Harvard Business Review*, 59 (6): 106-113.
- Wiklund, J. & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium sized businesses.  
*Strategic Management Journal*, 24: 1307-1314.

Padang, Agustus 2013

**Kepada: Yth. Bapak/Ibu Pimpinan/Pemilik UKM**

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang kami lakukan mengenai Usaha Kecil Menengah (UKM) di Sumatera Barat maka kami memohon kesediaan Bapak/Ibu pimpinan/pemilik perusahaan untuk mengisi kuesioner yang terlampir. Untuk mendapatkan data yang akurat, maka kami mengharapkan Bapak/Ibu menjawab butir-butir pertanyaan sesuai dengan kondisi nyata usaha Bapak/Ibu. *Saya menjamin bahwa jawaban dan identitas Bapak/Ibu selaku responden akan dirahasiakan dan tidak akan mempengaruhi apapun mengenai usaha Bapak/Ibu Pimpinan.* Perlu diketahui bahwa data akan digunakan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Jika diperlukan, ringkasan hasil akan dikirimkan kepada Bapak/Ibu setelah data dianalisis. Demikian surat ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang terjalin saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

**Peneliti**

**Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs., M.Si.**

**Alamat untuk korespondensi:**

E-mail: [yuniawardi@gmail.com](mailto:yuniawardi@gmail.com) atau [perengki\\_unp@yahoo.com](mailto:perengki_unp@yahoo.com)

## KUESIONER PENELITIAN

### A. Petunjuk Pengisian Kuesioner :

Dalam menjawab butir-butir pernyataan dalam kuesioner ini, diharapkan Bapak/Ibu selaku pimpinan perusahaan **memberi tanda centang (√)** pada salah satu kotak di masing-masing butir pernyataan yang ada dalam kuesioner ini.

### B. Data responden:

1. Jenis kelamin :  laki-laki     Perempuan
2. Usia : \_\_\_\_\_ tahun
3. Pendidikan terakhir : .....: Jurusan/Bidang :.....
4. Masa kerja : .....tahun
5. Umur usaha : .....tahun
6. Jenis usaha : .....
7. Alamat : .....
8. Pengambilan keputusan dalam usaha :  Bapak     Ibu
9. Pimpinan/pemilik usaha : .....
10. Omset usaha per tahun : .....
11. Modal awal usaha : .....
12. Modal sekarang usaha : .....

### C. Butir Pertanyaan

Kategori jawaban untuk butir pernyataan nomor 1 sampai dengan nomor 10 adalah sebagai berikut:

Singkatan	SS	S	N	TS	STS
Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
<b>Bapak/Ibu diminta menjawab pertanyaan berdasarkan kondisi perusahaan Bapak/Ibu kelola selama 3 tahun terakhir.</b>					

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
	<b>KINERJA PERUSAHAAN/USAHA</b>					
1	Pertumbuhan PENJUALAN PERUSAHAAN saya lebih tinggi dibandingkan pesaing utama					
2	Pertumbuhan PENDAPATAN PERUSAHAAN saya lebih tinggi dibandingkan pesaing utama					
3	Pertumbuhan JUMLAH KARYAWAN perusahaan saya lebih tinggi dibandingkan pesaing utama					
4	KEUNTUNGAN BERSIH perusahaan saya lebih besar dibandingkan pesaing utama					
5	INOVASI PRODUK/JASA perusahaan saya lebih tinggi dibandingkan pesaing utama					
6	PROSES INOVASI perusahaan lebih cepat dibandingkan pesaing utama					



No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
7	PEMAKAIAN TEKNOLOGI BARU di perusahaan saya lebih tinggi dibanding pesaing utama					
8	KUALITAS PRODUK/JASA perusahaan saya lebih baik dibandingkan pesaing utama.					
9	VARIASI PRODUK/JASA perusahaan saya lebih banyak dibandingkan pesaing utama.					
10	KEPUASAN PELANGGAN yang diberikan perusahaan saya lebih tinggi dibandingkan pesaing utama.					
	<b>ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
11	Perusahaan Saya AKTIF MENANGGAPI ADOPSI ide-ide baru dalam mengantisipasi ancaman pesaing					
12	Perusahaan saya SIAP BERKOMPETISI dengan pesaing					
13	Perusahaan saya memberikan PEMAHAMAN kepada pelanggan untuk berpikir dan berperilaku dengan cara-cara yang baru					
14	Saya menyukai pekerjaan yang BERISIKO TINGGI					
15	Saya mempunyai KEBERANIAN UNTUK MENGAMBIL TINDAKAN yang diperlukan untuk pencapaian tujuan usaha.					
16	Ketika ada ketidakpastian, saya membiasakan mengadopsi sikap "TUNGGU-DAN-LIHAT" dalam rangka meminimalkan kemungkinan untuk membuat keputusan yang tepat					
17	PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN, KEPEMIMPINAN TEKNOLOGI, DAN INOVASI menjadi penekan yang kuat perusahaan saya					
18	Perusahaan kami telah MEMASARKAN BERBAGAI JENIS PRODUK/JASA baru					
19	Perusahaan saya telah mengalami PERUBAHAN YANG CEPAT dalam berbagai jenis produk					

Apa kendala yang bapak/ibu hadapi selama menjalankan usaha ini -----  
-----  
-----  
-----

*Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, semoga usaha Bapak/Ibu tambah sukses, amin*



## LAMPIRAN 1. TABEL DISTIBUSI FREKUENSI

x1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	5,1	5,1	5,1
	3	138	59,0	59,0	64,1
	4	83	35,5	35,5	99,6
	5	1	,4	,4	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1,3	1,3	1,3
	2	43	18,4	18,4	19,7
	3	104	44,4	44,4	64,1
	4	82	35,0	35,0	99,1
	5	2	,9	,9	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,4	,4	,4
	2	27	11,5	11,5	12,0
	3	102	43,6	43,6	55,6
	4	101	43,2	43,2	98,7
	5	3	1,3	1,3	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	5,6	5,6	5,6
	3	50	21,4	21,4	26,9
	4	127	54,3	54,3	81,2
	5	44	18,8	18,8	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	5,1	5,1	5,1
	2	38	16,2	16,2	21,4
	3	144	61,5	61,5	82,9
	4	37	15,8	15,8	98,7
	5	3	1,3	1,3	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	3,4	3,4	3,4
	3	59	25,2	25,2	28,6
	4	52	22,2	22,2	50,9
	5	115	49,1	49,1	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,4	,4	,4
	2	36	15,4	15,4	15,8
	3	141	60,3	60,3	76,1
	4	56	23,9	23,9	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	4,7	4,7	4,7
	2	67	28,6	28,6	33,3
	3	79	33,8	33,8	67,1
	4	74	31,6	31,6	98,7
	5	3	1,3	1,3	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	3,0	3,0	3,0
	2	66	28,2	28,2	31,2
	3	157	67,1	67,1	98,3
	4	4	1,7	1,7	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	6,4	6,4	6,4
	3	89	38,0	38,0	44,4
	4	125	53,4	53,4	97,9
	5	5	2,1	2,1	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	2,1	2,1	2,1
	3	47	20,1	20,1	22,2
	4	155	66,2	66,2	88,5
	5	27	11,5	11,5	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	31	13,2	13,2	13,2
	3	132	56,4	56,4	69,7
	4	71	30,3	30,3	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	2,1	2,1	2,1
	2	18	7,7	7,7	9,8
	3	94	40,2	40,2	50,0
	4	109	46,6	46,6	96,6
	5	8	3,4	3,4	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	3,8	3,8	3,8
	3	40	17,1	17,1	20,9
	4	163	69,7	69,7	90,6
	5	22	9,4	9,4	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	2,6	2,6	2,6
	3	26	11,1	11,1	13,7
	4	148	63,2	63,2	76,9
	5	54	23,1	23,1	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,4	,4	,4
	2	23	9,8	9,8	10,3
	3	119	50,9	50,9	61,1
	4	74	31,6	31,6	92,7
	5	17	7,3	7,3	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	5,1	5,1	5,1
	2	26	11,1	11,1	16,2
	3	95	40,6	40,6	56,8
	4	100	42,7	42,7	99,6
	5	1	,4	,4	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

x18

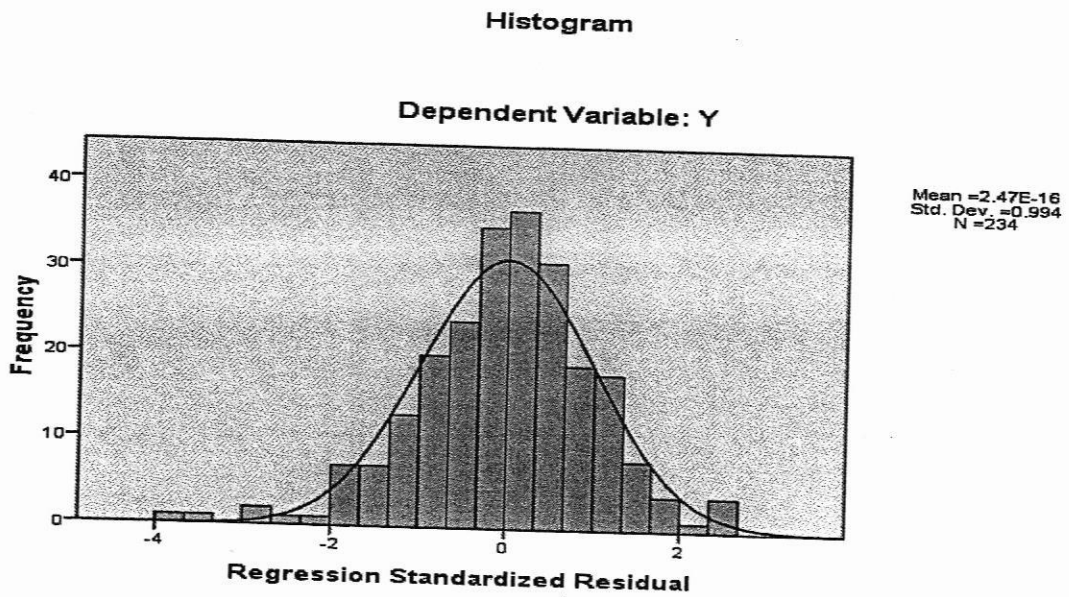
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	4,3	4,3	4,3
	2	52	22,2	22,2	26,5
	3	90	38,5	38,5	65,0
	4	81	34,6	34,6	99,6
	5	1	,4	,4	100,0
	Total	234	100,0	100,0	

## LAMPIRAN 2: TABEL DESKRIPSI DATA

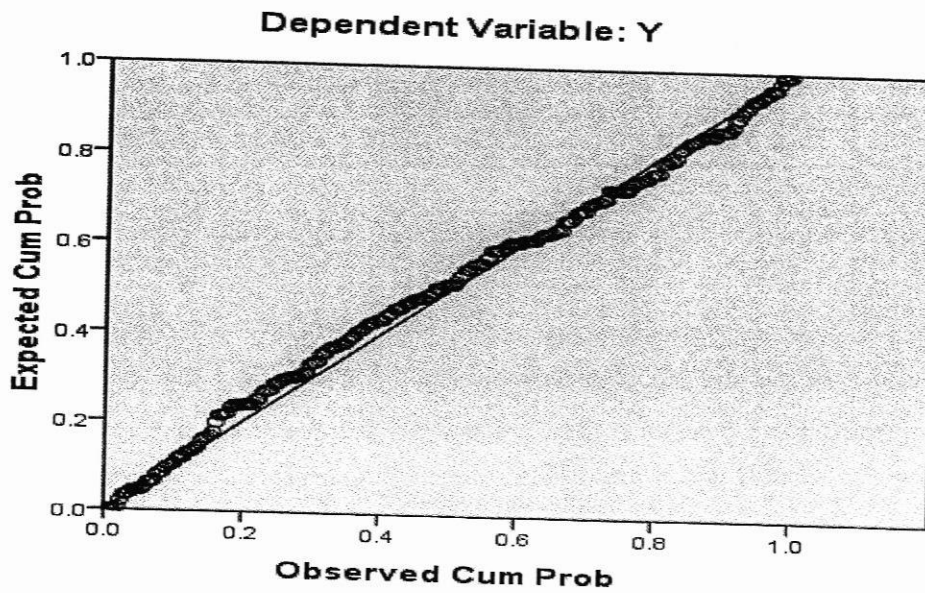
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1	234	2	5	3,31	,572
x2	234	1	5	3,16	,773
x3	234	1	5	3,33	,712
x4	234	2	5	3,86	,780
x5	234	1	5	2,92	,757
x6	234	2	5	4,17	,925
x7	234	1	4	3,08	,637
x8	234	1	5	2,96	,919
x9	234	1	4	2,68	,561
x10	234	2	5	3,51	,650
x11	234	2	5	3,87	,622
x12	234	2	4	3,17	,639
x13	234	1	5	3,41	,772
x14	234	2	5	3,85	,630
x15	234	2	5	4,07	,665
x16	234	1	5	3,35	,774
x17	234	1	5	3,22	,845
x18	234	1	5	3,05	,870
Valid N (listwise)	234				

## LAMPIRAN 2: UJI ASUMSI REGRESI: NORMALITAS

### Charts



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



### LAMPIRAN 3: UJI ASUMSI REGRESI: MULTIKOLINIERITAS

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.575	1.739
	X2	.546	1.830
	X3	.922	1.085

a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model			X3	X1	X2
1	Correlations	X3	1.000	.173	-.280
		X1	.173	1.000	-.652
		X2	-.280	-.652	1.000
	Covariances	X3	.016	.004	-.007
		X1	.004	.029	-.022
		X2	-.007	-.022	.039

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.961	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.024	12.767	.01	.24	.02	.40
	3	.008	22.513	.99	.07	.06	.47
	4	.007	24.400	.00	.68	.92	.13



**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension			Variance Proportions			
		Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.961	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.024	12.767	.01	.24	.02	.40
	3	.008	22.513	.99	.07	.06	.47
	4	.007	24.400	.00	.68	.92	.13

a. Dependent Variable: Y

### LAMPIRAN 3: UJI ASUMSI REGRESI: HOMOSKEDASTISITAS

#### Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 <sup>a</sup>	.609	.604	3.091

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3420.227	3	1140.076	119.298	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2197.999	230	9.557		
	Total	5618.226	233			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.137	1.956		3.137	.002
	X1	1.628	.169	.524	9.632	.000
	X2	1.184	.197	.336	6.016	.000
	X3	-.430	.128	-.144	-3.359	.001

a. Dependent Variable: Y

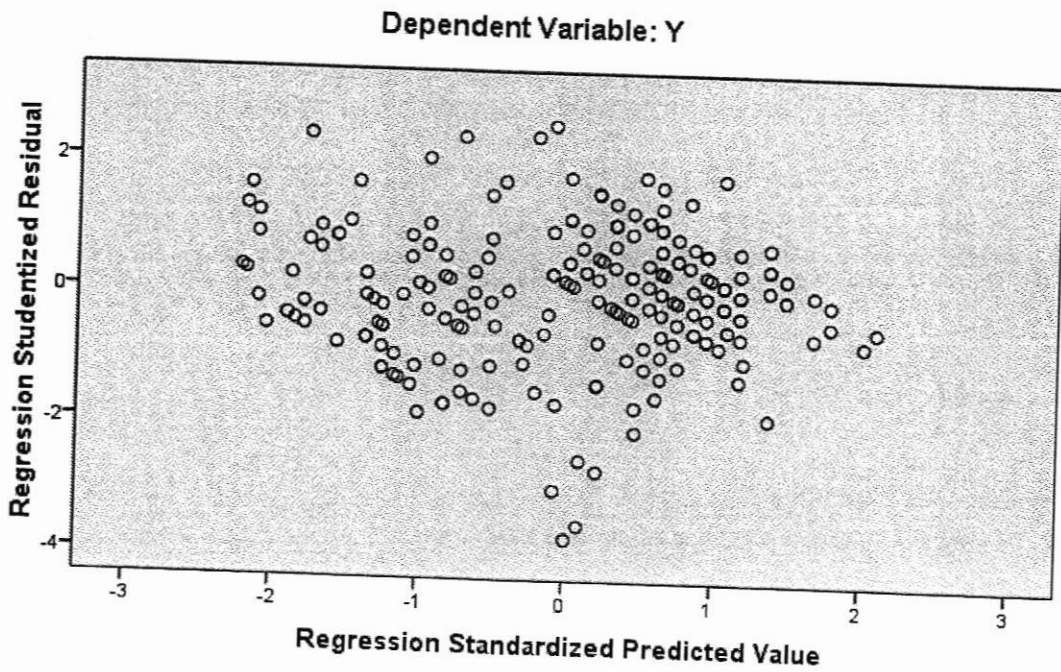
Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	20.96	37.52	29.47	3.831	234
Std. Predicted Value	-2.220	2.102	.000	1.000	234
Standard Error of Predicted Value	.228	.794	.387	.117	234
Adjusted Predicted Value	20.90	37.56	29.47	3.838	234
Residual	-11.501	7.916	.000	3.071	234
Std. Residual	-3.720	2.561	.000	.994	234
Stud. Residual	-3.746	2.570	.000	1.003	234
Deleted Residual	-11.662	7.973	-.005	3.128	234
Stud. Deleted Residual	-3.858	2.602	-.002	1.010	234
Mahal. Distance	.266	14.359	2.987	2.600	234
Cook's Distance	.000	.078	.005	.010	234
Centered Leverage Value	.001	.062	.013	.011	234

a. Dependent Variable: Y

## Charts

Scatterplot



## LAMPIRAN 4: ANALISIS DESKRIPTIF DAN KORELASI

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	29.47	4.910	234
X1	9.73	1.581	234
X2	10.45	1.393	234
X3	11.33	1.647	234
X4	.68	.466	234

Correlations

		Y	X1	X2	X3	X4
Y	Pearson Correlation	1	.736**	.638**	-.063	.083
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.341	.204
	N	234	234	234	234	234
X1	Pearson Correlation	.736**	1	.638**	.013	-.011
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.846	.865
	N	234	234	234	234	234
X2	Pearson Correlation	.638**	.638**	1	.224**	.021
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.747
	N	234	234	234	234	234
X3	Pearson Correlation	-.063	.013	.224**	1	-.088
	Sig. (2-tailed)	.341	.846	.001		.182
	N	234	234	234	234	234
X4	Pearson Correlation	.083	-.011	.021	-.088	1
	Sig. (2-tailed)	.204	.865	.747	.182	
	N	234	234	234	234	234

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## LAMPIRAN 5: ANALISIS REGRESI

### Regression I

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 <sup>a</sup>	.609	.604	3.091

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3420.227	3	1140.076	119.298	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2197.999	230	9.557		
	Total	5618.226	233			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.137	1.956		3.137	.002
	X1	1.628	.169	.524	9.632	.000
	X2	1.184	.197	.336	6.016	.000
	X3	-.430	.128	-.144	-3.359	.001

a. Dependent Variable: Y

## Lampiran 5. Biodata Ketua/Anggota Tim Peneliti/Pelaksana

### BIODATA PENELITI

#### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs., M.Si.
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Guru Besar
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	19591109 198403 1 002
5	NIDN	0009115901
6	Tempat, Tanggal Lahir	Padang Kandis, 9 Nopember 1959
7	E-mail	yuniawardi@yahoo.co.id
8	Nomor Telepon/HP	081363584827
9	Alamat Kantor	Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
10	Nomor Telepon/Faks	(0751) 447366
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 190 orang, S2= 120
12	Nomor Telepon/Faks	-
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Perkoperasian
		2. Manajemen Pemasaran Jasa
		3. Strategi Pemasaran
		4. Pengantar Bisnis

#### B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	IKIP Padang	Universitas Padjadjaran	Universitas Padjadjaran
Bidang Ilmu	Pendidikan Dunia Usaha	Manajemen Koperasi	Manajemen Pemasaran
Tahun Masuk-Lulus	1978-1983	1992-1995	1995-2003
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Relevansi Kurikulum Program Diploma 3 Jurusan Pendidikan Dunia Usaha FPIPS IKIP Padang dengan Kurikulum SMEA Jurusan Akuntansi	Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Kredit Koperasi serta Alokasi Penggunaannya oleh Anggota pada Unit Simpan Pinjam Koperasi Pegawai Negeri di Kota Madya Padang Sumatera Barat	Persepsi Wisatawan Mengenai Pelaksanaan Bauran Pemasaran dengan Keunggulan Diferensiasi dan Pengaruhnya terhadap Motivasi dan Keputusan Menginap di Hotel Berbintang di Daerah Tujuan Wisata Jawa Barat
Nama Pembimbing/Promotor	Prof. Dr. Azinar Sayuti, M.A Drs. Saridin Saleh	Prof. Dr. Faisal Affif, Spec.Lic. Dr. Nen Amran, SE., M.Ec	Prof. Dr. Surachman Sumawihardja Prof. Dr. Ir. Rasyid Sukarja Dr. Maman Kusman, S.E., M.B.A

**C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir**  
(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1.	2012	Pengaruh Bukti Fisik Mitigasi Bencana Gempa Bumi dan Tsunami, Stres atas Isu Bencana dan Keinginan Pindah Perguruan Tinggi Lain Terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Negeri Padang	DIPA	25.000.000
2.	2013	Peran Gender dalam Orientasi Kewirausahaan ( <i>entrepreneurial Orientation</i> ) pada Kinerja UKM Sumatera Barat	BOPT	50.000.000
3.	2013	Model Pemberdayaan Tanah Ulayat Berbasis Koperasi Pertanian	BOPT	52.000.000

\* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DIKTI maupun sumber lainnya.

**D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1.	2011	Pelatihan Penulisan Penelitian Tindakan Kelas (PTK) bagi Guru Mata Pelajaran Ekonomi/IPS di Kota Padang	DIPA	5.000.000
2.	2012	Pelatihan Kewirausahaan pada Pelaku Usaha Kecil Menengah di Kota Padang	DIPA	5.000.000
3.	2013	Pelatihan Pembuatan Merek dan Kemasan Produk Unggulan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Nagari VII Koto Kecamatan Guguk Kabupaten 50 Kota	DIPA	10.000.000

\* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema pengabdian kepada masyarakat DIKTI maupun dari sumber lainnya.

**E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1.	Analisis Asosiasi Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Mahasiswa Atas Kualitas Layanan Universitas Negeri Padang	<i>Jurnal Ekonomi Arthavidya</i>	Volume 8/ Nomor 1/ Februari 2007.
2.	Pengaruh Dimensi Kualitas dan Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Jasa Gadai Terhadap Loyalitas Nasabah di Beberapa Kantor Cabang Perum Pegadaian Kantor Wilayah Padang	<i>Jurnal Riset Manajemen</i>	Volume 7/ Nomor 1/ Maret 2007
3.	Pengaruh Periklanan Terhadap Kesadaran Mahasiswa atas Merek Universitas Negeri Padang	<i>Jurnal Manajemen dan Pembangunan</i>	Volume 6/ Nomor 1/ Januari- April 2007



4.	Pengaruh Kepuasan atas Kualitas Layanan Dosen dan Loyalitas Belajar Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Universitas Negeri Padang	<i>Jurnal Manajemen dan Pembangunan</i>	Volume 7/ Nomor 1/ Januari-April 2008
5.	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam "Bajapuik" dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Perkreditan Rakyat Lumbuang Pitih Nagari (BPR LPN) Panampung Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam	<i>Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi</i>	Volume 10/ Nomor 2/Agustus 2010
6.	Pengaruh Kepuasan, Komplain dan Rintangan Pindah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Perkreditan Rakyat Lumbuang Pitih Nagari (BPR LPN) Panampung.	<i>Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi.</i>	Volume 11/ Nomor 1/ Agustus 2011

#### F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

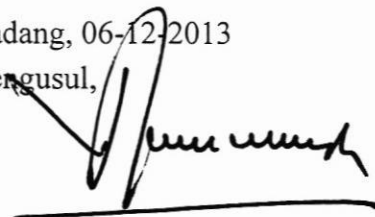
No.	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Nasional	Eksistensi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Dalam Persaingan Antar Perguruan Tinggi.	19 Maret 2011

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Fundamental

Padang, 06-12-2013

Pengusul,



Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs., M.Si  
NIP. 19810404 200501 1 002

## Lampiran 6. Biodata Anggota Tim Peneliti/Pelaksana

### BIODATA KETUA PENELITI

#### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Perengki Susanto, S.E., M.Sc
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	19810404 200501 1 002
5	NIDN	0004048101
6	Tempat, Tanggal Lahir	Sungai Buluh, 4 April 1981
7	E-mail	Perengki.unp@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	08126636500
9	Alamat Kantor	Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
10	Nomor Telepon/Faks	(0751) 447366
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 50 orang
12	Nomor Telepon/Faks	(0751) 20111
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Perkoperasian
		2. Manajemen Strategik
		3. Manajemen Industri Kecil dan Menengah
		4. Metodologi Penelitian

#### B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Negeri Padang	Universitas Gadjah Mada	
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	
Tahun Masuk-Lulus	2000-2004	2008-2010	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut-atribut Merek Teh Kajoe Aro	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan Kecil Dimediasi oleh Orientasi Kepengusahaan	
Nama Pembimbing/Promotor	Dr. Susi Evanita, MS Drs. Zul Azhar, M.Si.	Amin Wibowo, Ph.D	

**C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir**  
(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2008 s.d 2009	Persepsi Mahasiswa Mengenai Proses Pembelajaran PL Non Kependidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang ( <b>Anggota</b> )	I-MHERE	29.800.000
2	2010	Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Akademik terhadap Kepuasan Alumni Fakultas Ekonomi Univeristas Negeri Padang ( <b>Anggota</b> )	DIPA- UNP	7.500.000
3	2011	Pengaruh Kualitas Layanan Akademik terhadap Citra Merek Lembaga ( <i>Corporate Brand Image</i> ), Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Univeristas Negeri Padang ( <b>Ketua</b> )	DIPA- UNP	7.500.000
4	2012	Penelitian Komoditi/Produk/Jenis Usaha Unggulan UMKM di Sumatera Barat tahun 2011( <b>Anggota</b> )	Bank Indonesia	461.000.000
5	2013	Peran Gender dalam Orientasi Kewirausahaan ( <i>Entrepreneurial Orientation</i> ) pada Kinerja UKM Sumatera Barat ( <b>Anggota</b> )	Hibah Fundamental	50.000.000
6	2013	Model Pemberdayaan Tanah Ulayat Berbasis Koperasi Pertanian ( <b>Ketua</b> )	Hibah Bersaing	52.000.000

\* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DIKTI maupun sumber lainnya.

**D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2011	Pelatihan Tindakan Kelas (PTK) Bagi Guru Ekonomi Se Kota Padang ( <b>Ketua</b> )	DIPA- UNP	7.500.000
2	2011	Program Nagari Binaan di Nagari Sungai Jambu, Lambah dan Parambahan ( <b>Anggota</b> )	DIPA- UNP	7.500.000
3	2012	Program Nagari Binaan di Nagari Barung-Barung Balantai Pesisir Selatan ( <b>Ketua</b> )	DIPA-UNP	7.500.000

\* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema pengabdian kepada masyarakat DIKTI maupun dari sumber lainnya.

**E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Analisis Kualitas Pelayanan Dosen terhadap Kepuasan dan Prestasi Akademik.	Jurnal Manajemen dan Pembangunan	Volume 7/ Nomor 1/ Januari-Maret 2008
2	Pemasaran Politik: Pendekatan Konseptual Bagi Pelaku Politik.	<i>Economac</i> :Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan	Volume 10/ Nomor 1/ April 2010

		Akuntansi	
3	Dampak Orientasi Kepengusahaan pada Kinerja Perusahaan Kecil.	<i>Economac</i> : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi	Volume 10/ Nomor 2/ Oktober 2010
4	Dampak <i>Brand Image</i> dan Kepuasan atas Kualitas Layanan Akademik terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Negeri Padang.	Pakar Pendidikan	Volume 9/ Nomor 1/ Januari 2011
5	Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Administrasi terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.	Pakar Pendidikan	Volumen 9/ Nomor 2/ Januari 2011
6	Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Kepuasan terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Negeri Padang.	Jurnal Praktik Bisnis (JPB)	Volume 1/ Nomor 1/ Mei 2012
7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang.	<i>Tingkap</i> : Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Sosial Budaya dan Ekonomi	Volume 8/ Nomor 1/ April 2012
8	Pengaruh Orientasi Pasar pada Kinerja Perusahaan Kecil	Jurnal Kajian Manajemen dan Bisnis (JKMB)	Volume 1/ Nomor 2/ September 2012

#### F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Nasional	Tantang Baru Pendidikan Tinggi: Penerapan <i>Total Quality Management versus Total Quality Education</i>	19 Maret 2011
2	Seminar Nasional	Dampak Orientasi Pasar dan Kepengusahaan terhadap Kinerja Perusahaan Kecil	1 November 2012
3	Seminar Nasional	Faktor Determinasi <i>Online Shopping</i> : Sebuah Studi Empiris	26 Oktober 2013

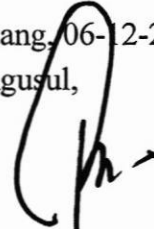
#### G. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1.	Tim Bedah Kasus Koperasi di Sumatera Barat	2012	Dinas Koperasi dan UMKM Sumbar	
2.	Naskah Akademik Pasar Tradisional melalui Koperasi di Sumatera Barat	2013	Dinas Koperasi dan UMKM Sumbar	
3.	Analisis Kebutuhan Ternak di Sumatera Barat	2013	Dinas Pertenakan Sumbar	

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Fundamental

Padang, 06-12-2013  
Pengusul,



Perengki Susanto, S.E., M.Sc  
NIP. 19810404 200501 1 002