

ISBN : 978-602-17129-5-5

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL

**EKONOMI, MANAJEMEN DAN AKUNTANSI KE-2
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG 2015
(SNEMA 2 FE UNP 2015)**

**"Menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015
Melalui *Sustainable Start-up Business* serta Produk Industri Kreatif
Berbasis Kearifan Lokal"**



**FAKULTAS EKONOMI
Universitas Negeri Padang
10 Oktober 2015**

PROSIDING

**SEMINAR NASIONAL
EKONOMI, MANAJEMEN DAN AKUNTANSI KE-2
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG 2015
(SNEMA 2 FE UNP 2015)**

**“Menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015
Melalui Sustainable Start-up Business serta Produk Industri
Kreatif Berbasis Kearifan Lokal”**

**DITERBITKAN OLEH:
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL EKONOMI MANAJEMEN AKUNTANSI 2015

ISBN : 978-602-17129-5-5

Hak cipta © 2015 ada pada penulis

Artikel dalam prosiding ini boleh digunakan dan disebarikan untuk keperluan akademik (penelitian serta pengajaran) selama bukan untuk tujuan komersil, dengan syarat tidak menghapus atau mengubah konten makalah maupun atribut penulis.

Dilarang memperbanyak atau mempublikasikan kembali prosiding ini dalam bentuk atau dalam kanal apapun, termasuk dengan cara mempergunakan mesin fotocopy tanpa seizin penerbit

Penerbit	:	Sukabina
Penyusun	:	Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Editor Ahli	:	Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si Prof. Dr. Agus Irianto Prof. Dr. Syamsul Amar B, M.S Prof. Dr. Yasri, M.S Prof. Bustari Muchtar, M.Pd Dr. Hasdi Aimon, M.S Dr. Efrizal Syofyan, M.Si, Ak, CA
Editor Pelaksana	:	Gesit Thabrani, SE, M.T Armiati, S.Pd, M.Pd Abel Tasman, SE, M.M Halkadri Fitra, SE, M.M, Ak
Layout	:	Sari Jumiatti
Desain Cover	:	Jafril

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum WR WB, salam sejahtera untuk kita semua

Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Akuntansi (SNEMA) merupakan *event* tahunan yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Event* ini merupakan forum diseminasi berbagai makalah telaah teoritis maupun penelitian empiris yang dilakukan oleh peneliti maupun praktisi dalam bidang ilmu ekonomi, manajemen, dan akuntansi dari berbagai kota di Indonesia.

Pada tahun kedua penyelenggaraannya ini, Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Akuntansi (SNEMA) mengusung tema “Menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 Melalui *Sustainable Start-up Business* serta Produk Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal”. Pemilihan tema ini didorong oleh keinginan untuk menyukseskan program kerja pemerintah, yaitu mencetak sebanyak mungkin wirausaha baru (*start up business*) yang mampu memanfaatkan/meramu berbagai keunggulan-keunggulan lokal (*local advantages*) yang bersumber dari *local market understanding, local customer knowledge, local culture-local wisdom, local relationship, local ingredient* untuk menjadi produk yang berdaya saing global. Melalui seminar nasional ini diharapkan terhimpun berbagai pemikiran dan gagasan dari pemerintah, pelaku usaha, serta perguruan tinggi untuk mewujudkan cita-cita tersebut.

Prosiding ini memuat 65 makalah hasil penelitian dalam bidang ilmu ekonomi, manajemen, dan akuntansi, yang dikirim oleh dosen-dosen PTN serta PTS dari 16 kota di Indonesia (Banda Aceh, Medan, Nias, Bireun, Padang, Palembang, Bogor, Depok, Jakarta, Surakarta, Yogyakarta, Malang, Samarinda, Pontianak, Balikpapan, dan Papua). Dari 65 makalah tersebut, sebanyak 28% (19 makalah) diantaranya dikirim oleh pemakalah dengan kualifikasi pendidikan S3 (Doktor). Semoga ini merupakan suatu indikasi kalau Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Akuntansi (SNEMA) yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, telah mulai mendapat tempat tersendiri di kalangan akademisi Indonesia.

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada seluruh pemakalah yang hadir untuk mempresentasikan makalahnya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Ucapan terima kasih juga kami haturkan perusahaan-perusahaan yang berkenan mensponsori penyelenggaraan acara seminar nasional ini. Ucapan terima kasih juga kami haturkan kepada segenap panitia yang telah bekerja keras dalam mensukseskan penyelenggaraan seminar nasional ini.

Akhir kata, tidak ada gading yang tidak retak. Kami menyadari bahwa masih terdapat sejumlah kekurangan/keterbatasan selama penyelenggaraan seminar nasional ini, Oleh karena itu, ijin saya mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya jika hal tersebut kurang berkenan di hati Bapak/Ibuk sekalian

Assalamualaikum WR WB
Ketua Panitia SNEMA 2 FE UNP 2015

Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak
NIP. 19771123 200312 1 003

SAMBUTAN

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Assalamualaikum WR WB, salam sejahtera untuk kita semua

Alhamdulillah, segala puji dan syukur marilah tidak henti-hentinya kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kita semua dapat berkumpul di Aula Prof. Kamaluddin Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang ini dalam rangka menghadiri SNEMA 2 Fakultas Ekonomi UNP tahun 2015.

Bapak ibuk pemakalah serta peserta SNEMA 2 FE UNP 2015 yang saya hormati,

Tahun ini adalah tahun kedua penyelenggaraan SNEMA Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Memasuki tahun kedua penyelenggaraanya, saya bersyukur dan bangga melihat tujuan awal ini dibuatnya acara ini, yaitu untuk menjadi forum diseminasi serta menjalin silaturahmi antara sesama para akademisi bidang ilmu ekonomi, manajemen, dan akuntansi PTN/PTS di Indonesia, semakin menjadi kenyataan. Dari tahun ke tahun jumlah makalah yang masuk semakin banyak. Kualitas makalah juga makin baik, dibuktikan dengan makin banyaknya jumlah makalah yang dikirim oleh akademisi yang berkualifikasi pendidikan S3 (doktor), namun juga semakin banyaknya para akademisi dari berbagai kota di Indonesia mengirimkan makalahnya ke acara seminar nasional ini. Untuk itu, ijinkan saya menghaturkan terima kasih serta apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Bapak/ibuk sekalian, walaupun seminar serupa juga banyak diselenggarakan oleh PTN/PTS lain, hal tersebut ternyata tidak mengurangi minat Bapak/Ibuk sekalian untuk mengirimkan makalah ke SNEMA Fakultas Ekonomi UNP ini.

Bapak ibuk pemakalah serta peserta SNEMA 2 FE UNP 2015 yang saya hormati,

Saya juga menyadari bahwa kesuksesan penyelenggaraan SNEMA 2 Fakultas Ekonomi UNP 2015 ini juga tidak terlepas dari kerja keras panitia, serta kontribusi yang diberikan oleh pada sponsor/mitra kami. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih serta apresiasi yang setinggi-tingginya kepada segenap sponsor/mitra serta panitia SNEMA 2 Fakultas Ekonomi UNP atas dedikasi yang telah diperlihatkan untuk mengsucceskan acara seminar nasional ini.

Akhir kata, selamat mengikuti SNEMA 2 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang 2015, Semoga Bapak-bapak serta Ibuk-Ibuk yang hadir pada hari ini, berkenan untuk kembali datang menghadiri ajang SNEMA 3 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang pada tahun 2016.

Wassalamualaikum WR WB

Padang, 10 Oktober 2015

Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si
NIP. 19591109 198403 1 002

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	i
Sambutan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang	ii
Panitia SNEMA 2 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang 2015	iii
Susunan Acara SNEMA 2 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang 2015	iv
Daftar Isi	v
Daftar Makalah SNEMA 2 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang 2015	vi

DAFTAR MAKALAH SNEMA 2 FAKULTAS EKONOMI UNP 2015

BIDANG KAJIAN MAKALAH: ILMU EKONOMI

No.	Judul/Penulis/Institusi	Halaman
1.	Analisis Komposisi Pengeluaran Publik terhadap Pertumbuhan Ekonomi dalam Mendukung <i>Good Governance</i> dalam Memasuki MEA (Studi Empiris Propinsi di Indonesia Tahun 2010- 2014) Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)	1-19
2.	Pengembangan Model Pemutusan <i>Vicious Circle of Poverty</i> Keturunan Pemulung melalui Sekolah Binaan Rintisan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Wilayah Malang Raya Heny Kusdiyanti (Universitas Negeri Malang)	20-29
3.	Pengembangan Model Pendekatan Partisipatif dalam Memberdayakan Masyarakat Miskin Kota Medan untuk Memperbaiki Taraf Hidup Dewi Andriany (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	30-39
4.	Implementation of <i>Financial Inclusion for Restricted Society (Cases Studies in East Kutai, Kutai Kertanegara Districts, and Samarinda City, East Kalimantan, Indonesia)</i> Implementasi Keuangan Inklusif bagi Masyarakat Perbatasan Triana Fitriastuti, Dhina Mustika Sari, dan Ike Purnamasari (Universitas Mulawarman, Samarinda)	40-46
5.	Upaya Penguatan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dalam Rangka Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat di Kota Padang Variyetmi Wira dan Gustati (Politeknik Negeri Padang)	47-54
6.	Penerapan Model <i>Location Quotient</i> dan <i>Scalogram</i> dalam Mendorong Pusat Pertumbuhan Baru di Wilayah Perbatasan Kota Medan Oktarini Khamilah Siregar (Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan)	55-65
7.	Upaya Peningkatan Kualitas Usaha Minyak Kelapa (Pliak U) Dengan Pemanfaatan Teknologi Arang Aktif Tempurung Kelapa di Desa Jangka Alue U Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Zahrul Fuady dan Sri Wahyuni (Universitas Almuslim, Bireuen, Aceh)	66-72
8.	Variabel Makro Ekonomi dan Efisiensi Perbankan di Indonesia Endri (Sekolah Tinggi Ekonomi Islam TAZKIA, Sentul City, Bogor)	73-80
9.	Pemulihan Ekonomi dengan Usaha Mikro Pasca Gempa dan Tsunami Tahun 2009 di Sumatera Barat Emrizal (Politeknik Negeri Padang)	81-86
10.	Peran Pemerintah dan Akademisi dalam Memajukan Industri Kreatif Kasus pada UKM Kerajinan Sulaman di Kota Pariaman Reni Endang Sulastri dan Nova Dilastri (Politeknik Negeri Padang)	87-94
11.	Analisis Kebijakan Otonomi Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Barat dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN Mike Triani (Universitas Negeri Padang)	95-103
12.	Konvergensi Pembangunan Ekonomi Antar Daerah Kabupaten dan Kota di Sumatera Utara Taosige Wau (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nias Selatan)	104-115
13.	Peranan Investasi Sektor Riil untuk Meningkatkan Perekonomian di Sumatera Barat dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN Mia Angelina Setiawan (Universitas Negeri Padang)	116-124
14.	Pengaruh Pengeluaran Pemerintah, Investasi, dan Angkatan Kerja terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Sumatera Barat Yulina Eliza (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perdagangan, Padang)	125-131

BIDANG KAJIAN MAKALAH: ILMU MANAJEMEN

No.	Judul/Penulis/Institusi	Halaman
1.	Strategi Generik Porter Bagi UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) (Studi Kasus: Pada UMKM Di Kabupaten Deli Serdang) Julita dan Eka Nurmala Sari (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	132-142
2.	Analisis Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Empiris pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Sumatera Barat Yunia Wardi dan Perengki Susanto (Universitas Negeri Padang)	143-151
3.	Teori Lokasi dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur) Yosi Suryani (Politeknik Negeri Padang)	152-163
4.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Strategi Bauran Pemasaran Biro Perjalanan Wisata Fajar Pasaribu (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	164-174
5.	Analisis Penggunaan dan Kebutuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi Pada Restoran Skala Kecil di Jabodetabek Wardoyo, Lana Sularto, dan Trisanti Yunitasari (Universitas Gunadarma, Jakarta)	175-182
6.	Kompetensi Manajerial dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Industri Kreatif Sumatera Barat Fisla Wirda dan Tuti Azra (Politeknik Negeri Padang)	183-192
7.	Pemberdayaan Pekerja Anak melalui Pesantren untuk Menciptakan Kemandirian Berwirausaha Eva Yoyet dan Ermatati Hatta (Politeknik Negeri Padang)	193-198
8.	Peranan Modal Sosial dan Modal Manusia dalam Wirausaha Primadona (Politeknik Negeri Padang)	199-204
9.	Model Pengembangan Etika Kerja Berbasis Islam pada Perguruan Tinggi Islam Swasta di Kota Medan Jufrizen (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	205-213
10.	Pembelajaran Berbasis Projek pada Perkuliahan Kewirausahaan untuk Meningkatkan Kemandirian dan Prestasi Belajar Desi Handayani (Politeknik Negeri Padang)	214-220
11.	Analisis Kelayakan Ekonomis TI Pemesanan Bahan Persediaan <i>Fried Chicken</i> Berbasis <i>Web</i> Menggunakan Metode <i>Cost Benefit</i> (Studi Kasus: PT. XYZ) Suwirno Mawlan dan Johannes Petrus (AMIK/STMIK MDP, Palembang)	221-228
12.	<i>Re-Design</i> Mata Kuliah Kewirausahaan sebagai upaya Melahirkan <i>Entrepreneur</i> Muda Elvi Rahmi (Universitas Negeri Padang)	229-236
13.	Pendidikan Kewirausahaan SMK dengan K-13: Persepektif Guru dan Sekolah Agung Winarno (Universitas Negeri Malang)	237-243
14.	Perbedaan Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Pekerjaan Orang Tua Yuhendri Leo Visca (Universitas Negeri Padang)	244-249
15.	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Nasabah pada KUR BRI Cabang Balikpapan Sudjijan Sukimin dan Dwi Jayanti (Universitas Balikpapan)	250-260
16.	<i>Intellectual Capital</i> dan Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Keuangan Rosyeni Rasyid (Universitas Negeri Padang)	261-268
17.	Analisis Respon Pasar Sebelum dan Sesudah Pengumuman Laporan Keuangan Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Index LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI) Erni Masdupi dan Wahyu Thursina (Universitas Negeri Padang)	269-276
18.	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Yuli Agustina dan Lulu Nurul Istanti (Universitas Negeri Malang)	277-283
19.	Mahasiswa Dalam Era <i>ASEAN Economic Community</i> 2015 Chichi Andriani (Universitas Negeri Padang)	284-290
20.	Tahapan Pemetaan Citra Harga Pada Ritel Moderen Perengki Susanto dan Hendri Andi Mesta (Universitas Negeri Padang)	291-296
21.	Pengaruh Dimensi Perluasan Merek terhadap Minat Beli Produk Perluasan Merek Asus (Studi pada <i>Smartphone</i> Asus oleh Mahasiswa UNP) Rafita Khairunnisak dan Firman	297-304
22.	Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi STIE MDP) Siti Khairani (STIE Multi Data Palembang)	305-314

23.	Pengaruh <i>Spread Of Interest Rate</i> Dan Kredit Bermasalah Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Abel Tasman, Rahmiati, dan Tri Hartanti (Universitas Negeri Padang)	315-324
24.	Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Perusahaan <i>Property Dan Real Estate</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013 Rahmiati, Abel Tasman, dan Yulira Melda (Universitas Negeri Padang)	325-333
25.	Meningkatkan Efektifitas Kerja Pegawai Melalui Penataan <i>Lay Out</i> Kantor Armiati (Universitas Negeri Padang)	334-343
26.	Penggunaan <i>E-Commerce</i> dalam Bisnis sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan Rose Rahmidani (Universitas Negeri Padang)	344-352

BIDANG KAJIAN MAKALAH: ILMU AKUNTANSI

No.	Judul/Penulis/Institusi	Halaman
1.	<i>Audit Report Lag</i> pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Indonesia Abdul Munief Itsniawan dan Sri Suranta (Universitas Sebelas Maret, Surakarta)	353-361
2.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba Perusahaan dalam Menghadapi Penerapan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Sri Suranta, Bandi, Eko Arief Sudaryono, dan Doddy Setiawan (Universitas Sebelas Maret, Surakarta)	362-372
3.	Analisis Karakteristik Perusahaan yang Melakukan <i>Misstatement</i> Pelaporan Keuangan di Indonesia Zumratul Meini (Universitas Nasional, Jakarta) dan Sidharta Utama (Universitas Indonesia, Depok)	373-377
4.	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Ukuran Perusahaan dan Dampaknya pada Manajemen Laba Sihwahjoeni (Universitas Merdeka, Malang)	378-386
5.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tindakan Perataan Laba pada Industri Sektor Pertambangan dan Perusahaan Industri Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Rilla Gantino (Universitas Esa Unggul, Jakarta)	387-397
6.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penerimaan Perikatan Audit (Studi Kasus pada Kantor Akuntan Publik di Kota Palembang) Sa'adah Siddik dan Muhammad Yusuf (Universitas Muhammadiyah Palembang)	398-406
7.	Sistem Informasi dan Rekayasa Akuntansi dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Berbasis Akrua Suhairi (Universitas Andalas, Padang)	407-414
8.	Pengaruh Pengetahuan Manajer tentang Sistem Informasi Akuntansi Manajemen terhadap Gaya Pengendalian Manajemen Widia Astuty (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	415-425
9.	Pengaruh Implementasi <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Yustinus Vicensius Tommy, Anis Rachma Utary, dan Bramantika Oktavianti (Universitas Mulawarman, Samarinda)	426-436
10.	Implementasi Perhitungan Biaya Satuan (<i>Unit Cost</i>) Penyelenggaraan Pendidikan dengan Pendekatan <i>Activity Based Costing</i> (ABC): Peluang dan Tantangan (Studi Pada Politeknik Negeri Padang) Amy Fontanella, Sukartini, dan Novrina Chandra (Politeknik Negeri Padang)	437-444
11.	Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, dan Dana Alokasi Khusus terhadap Belanja Modal Daerah (Studi Empiris pada Kabupaten/Kota di Provinsi Papua Barat Tahun 2007-2014) Hustianto Sudarwadi (Universitas Papua, Papua)	445-451
12.	Analisis Penerapan Akuntansi dan Kesesuaiannya dengan SAK ETAP Pada UKM Medan Perjuangan Fitriani Saragih dan Surikayanti (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	452-461
13.	Analisis Sistem Pengendalian Intern Penyitaan Aset Wajib Pajak Pada KPP Pratama Medan Polonia Zulia Hanum dan Jasman Saripuddin Hasibuan (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	462-471
14.	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap <i>Tax Avoidance</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013) Rinaldi dan Charoline Cheisviyanny (Universitas Negeri Padang)	472-483

15.	Efektifitas Model <i>Role Playing</i> terhadap Peningkatan Kompetensi Akuntansi Mahasiswa dalam Mata Kuliah Pengantar Akuntansi II Elizar Sinambela (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	484-495
16.	Implementasi <i>Riset Based Learning</i> dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pembelajaran Hafsah (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	496-504
17.	Analisis Komparasi Model Potensi Kebangkrutan pada Perusahaan Semen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Halkadri Fitra (Universitas Negeri Padang)	505-516
18.	Pengaruh <i>Cash Holding, Political Cost</i> , Dan Nilai Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2009-2013) Prilly Sarwinda dan Mayar Afriyenti (Universitas Negeri Padang)	517-529
19.	Implementasi <i>Problem Based Learning</i> Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pembelajaran Auditing Henny Zurika Lubis (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	530-539
20.	Media Pembelajaran Berbasis Komputer Dalam Menyusun Laporan Keuangan Ijah Mulyani Sihotang (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	540-546
21.	Penerapan Transparansi Pelaporan Keuangan; Dalam Perspektif Tekanan Eksternal Dan Komitmen Organisasi Halmawati dan Farah Asalin Mustin (Universitas Negeri Padang)	547-557
22.	Pengaruh Kurs Dolar, Indeks Dow Jones Dan Tingkat Suku Bunga SBI Terhadap IHSG (Periode Januari 2005 – Januari 2015) Rihfenti Ernayani (Universitas Balikpapan) dan Adi Mursalin (Universitas Panca Bhakti, Pontianak)	558-568
23.	Peran Badan Pengawasan Keuangan Dan Pembangunan Dalam Pelaksanaan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Pada Pemerintah Daerah Sumatera Utara Maya Sari (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan)	569-577
24.	Evaluasi Penerapan Standar Akuntansi ETAP Pada Organisasi Sekolah Dasar Studi Kasus Sekolah Dasar Ulil Albab Palembang Abdul Rohman dan Mas'amah (Universitas Ida Bajumi, Palembang)	578-589
25.	Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Terhadap Tingkat Kepatuhan <i>Mandatory Disclosure</i> PSAK Konvergensi IFRS Salma Taqwa (Universitas Negeri Padang)	590-601



Analisis Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Perusahaan: Studi Empiris pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Sumatera Barat

Yunia Wardi¹⁾, Perengki Susanto²⁾

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang^{1,2)}
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus, UNP Air Tawar Padang
Telp: 0751-445089
Email: yuniawardi@yahoo.co.id¹⁾, perengki.unp@gmail.com

Abstract

The small and medium enterprises (SMEs) are the leading sectors in West Sumatra which contributes about 80% of household income in West Sumatra. Various constraints faced by SMEs causing most of the SMEs was difficult to maintain their performances in a turbulent business environment. This is presumably related to the entrepreneurial capabilities. The purpose of this study was to test the effect of entrepreneurial orientation includes innovativeness, proactiveness, and risk taking to the performance of SMEs West Sumatra. The unit of analysis in this research was at the organizational level with the elements of the population were managers or owners of SMEs in West Sumatra. Samples were taken by using non-probability method (purposive sampling). The sample size was 500 SMEs, to consider the adequacy of the sample to achieve statistical power of 0.8 to alpha of 0.05. The data analysis technique used regression analysis. The results showed that the innovativeness, proactiveness and risk taking have a significant effect on the performance of SMEs. Therefore, SMEs should improve their business performances through the activities of innovation, proactive and willingness to take risks.

Keywords: innovativeness, proactiveness, risk taking and performance

1. PENDAHULUAN

Secara umum kinerja usaha kecil menengah (UKM) memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian Indonesia. Hal ini tergambar dari laporan Badan Pusat Statistik (BPS) 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 produk domestik bruto (PDB) menurut harga berlaku mendekati Rp.2.609,4 trilyun, ini berarti bahwa 55,56% dari PDB nasional, totalnya mencapai Rp.4.696,5 trilyun bersandar pada produktivitas UKM. Ketiga, jumlah UKM tersebar hingga ke pelosok daerah, merupakan kekuatan ekonomi 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 lapangan pekerjaan.

Berdasarkan pemaparan data statistik di atas dapat dimaknai bahwa kontribusi UKM sudah terbukti menjadi tulang punggung (*backbone*) perekonomian nasional. Namun, kontribusi UKM yang besar secara agregat belum menentukan baiknya kinerja UKM di Indonesia. Hasil laporan asosiasi pengusaha Indonesia (APINDO) pada konferensi pengusaha se Asean di Singapura pada 14 Mei 2012 menyebutkan bahwa UKM Indonesia belum memiliki daya saing yang kuat dalam menghadapi persaingan karena kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurism*) yang rendah terutama dalam melakukan inovasi produk. Kedua, kurangnya tingkat keahlian (*level of expertise*) dalam menghadapi persoalan organisasi dan manajemen sehingga tidak mampu memproduksi secara efisien, fleksibilitas dan berdaya saing. Ketiga, jejaring (*networking*) yang kurang sehingga terbatas akses informasi, pasar dan input dibanding UKM di negara lain. Keempat, keterhubungan (*linkage*) yang terbatas sehingga tidak dapat mengeksplorasi dengan baik pasar nasional maupun regional. Terakhir, akses keuangan (*access of financial*) yang kurang berpihak pada pelaku UKM sehingga sulit untuk berkembang lebih cepat.

Fenomena kinerja UKM ini juga dapat diamati secara langsung di Provinsi Sumatera Barat sebagai basis perekonomiannya digerakkan oleh sektor UKM, terutama usaha skala kecil merupakan sumber pendapatan sebagian besar penduduk atau sekitar 80% dari pendapatan rumah tangga di Sumatera Barat (Bank Indonesia, 2012). Namun, berbagai persoalan yang dihadapi para pelaku UKM menyebabkan sebagian besar UKM belum mampu meningkatkan pendapatannya ke tingkat yang lebih layak untuk memenuhi kebutuhan hidup dan usahanya. Hal ini diduga ada kaitannya dengan karakteristik usaha yang digeluti para pelaku UKM selama ini, yang mana lebih banyak bergerak pada sektor industri rumah tangga yang padat karya dengan adopsi teknologi tergolong rendah. Sejalan dengan laporan Bank Indonesia tentang komoditas/produk jasa usaha unggulan (KPJu) UKM Sumatera Barat tahun 2012 bahwa komoditas unggulan industri tertingi pada usaha kerupuk dan sejenisnya, usaha bordiran/sulaman, kue dan makanan ringan, tempe dan usaha perabot.

Berdasarkan hasil KPJu unggul UKM pada sektor industri tergambar bahwa empat dari lima usaha unggulan teratas diduga belum memiliki daya saing yang kuat dibandingkan berbagai produk sejenis yang ada dipasaran. Padahal intensitas persaingan usaha yang cukup tinggi, baik dari produk dalam daerah sendiri maupun produk dari daerah lainnya. Intensitas persaingan yang cukup tinggi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara kemampuan kewirausahaan dengan kinerja pelaku UKM di Sumatera Barat, karena secara logis pelaku UKM yang dapat memahami tingginya intensitas persaingan akan terus meningkatkan kinerja usaha dengan terus mengembangkan kemampuan kewirausahaannya melalui inovasi, lebih proaktif, dan berani mengambil risiko bisnis (Forbes, 2005; Rauch, dkk, 2009).

Berangkat dari uraian di atas perlu dilakukan kajian secara mendalam kemampuan kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko serta kaitannya dengan kinerja UKM. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah menguji dampak orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko mempengaruhi kinerja UKM di Sumatera Barat.

2. TELAHAH LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

UKM diartikan secara luas dan beragam. Menurut *Small Business Administration* (SBA), UKM merupakan perusahaan yang dijalankan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam sebuah industri (D'Amboise & 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 Rp 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan lebih dari Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar per tahun. Kriteria UKM di Indonesia dapat diubah sesuai perkembangan perekonomian negara dan diatur menurut 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 - Rp 500 juta (diluar bangunan dan tanah) atau penjualan per tahun lebih dari penjualan 300 juta - 2,5 miliar per tahun.

2.1 Orientasi Kewirausahaan

Perkembangan dalam bidang manajemen strategik mengalami pergeseran pada proses kewirausahaan, yang mana metode, praktik, dan gaya pengambilan keputusan manajer menggunakan 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 kreatifitas yang ditujukan untuk pengembangan produk dan jasa baru maupun proses baru (Dess dan Lumpkin, 2005). Kedua, keproaktifan adalah karakteristik prespektik 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.

2.2 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja

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 disebabkan dengan membaiknya kinerja keuangan, bukan langsung 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 kewirausahaan 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. Secara rinci dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh signifikan keinovasian terhadap kinerja UKM

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh signifikan keproaktifan terhadap kinerja UKM

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh signifikan keberanian berisiko terhadap kinerja UKM

3. METODE 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 untuk menguji orientasi kewirausahaan para pelaku UKM di Sumatera Barat, dan pertanyaan tertutup ditujukan untuk mengukur dampak orientasi kewirausahaan pada kinerja usaha UKM di Sumatera Barat.

Populasi merupakan jumlah keseluruhan elemen atau anggota populasi yang akan diteliti (Cooper & Schindler, 2006). Penelitian ini menggunakan analisis pada level organisasional sehingga anggota 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*), yaitu sampel bertujuan (*purposive sampling*). Kriteria sampel diambil berdasarkan Komoditas Produk/Jasa Usaha unggulan (KPJU) Sumatera Barat tahun 2011, khususnya sektor industri unggulan UKM. Ukuran sampel diambil sebanyak 500 sampel dengan pertimbangan kecukupan sampel secara statistik untuk mendapatkan *power* 0,8 dengan alfa 0,05 maka sampel minimal 5 kali sampai 20 item yang diobservasi (Hair, dkk, 2006:12).

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 meliputi Kota Payakumbuh dan Kota Padang sebagai sentra UKM Sumatera Barat. Kemudian, teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 17.

Definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut. Pertama, *orientasi kewirausahaan* merupakan persepsi manajer atas kesediaannya 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). Kemudian, 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. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Hasil penyebaran kuesioner penelitian dari 500 UKM penelitian yaitu pemilik atau pimpinan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang direncanakan, ternyata kuesioner yang berhasil kembali sebanyak 420 buah dengan tingkat pengembalian (*response rate*) sebesar 84 persen. Kuesioner yang digunakan dalam analisis sebanyak 400 kuesioner dan sisanya 9,6 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).

Karakteristik sampel penelitian dapat dilihat dari umur usaha, jenis usaha, dan pengambilan keputusan dalam usaha. Karakteristik umur usaha dikategorikan atas empat kelompok yaitu (1) ≥ 3 tahun sampai dengan ≤ 5 tahun, (2) > 5 tahun sampai dengan ≤ 10 tahun, (3) > 10 tahun sampai dengan ≤ 15 tahun, dan (4) > 15 tahun ke atas. Kemudian, jenis usaha dikelompokkan berdasarkan pada Komoditi Produk Jenis Usaha Unggulan (KPJU) Sumatera Barat yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia tahun 2012 yaitu (1) Bordiran dan sulaman, (2) Kerupuk dan sejenisnya, (3) kue dan makanan ringan, (4) tahu dan tempe, (5) perabot, (6) percetakan dan periklanan, (7) usaha lain-lainnya. Terakhir, pengambilan keputusan dalam usaha berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 1 Gambaran Umur Perusahaan atau Usaha Dikelola Pelaku UKM

No.	Umur Perusahaan atau Usaha	Frekuensi	Persentase
1.	≥ 3 tahun sampai dengan ≤ 5 tahun	159	39,75
2.	> 5 tahun sampai dengan ≤ 10 tahun	98	24,50
3.	> 10 tahun sampai dengan ≤ 15 tahun	62	15,50
4.	> 15 tahun ke atas	81	20,25
Jumlah		400	100

Gambaran mengenai umur perusahaan atau sampel penelitian dapat dilihat secara rinci pada Tabel 1. Berdasarkan umur usaha yang dikelola atau dipimpin oleh pelaku UKM sebagian besar telah berusia >5 tahun

sebanyak 60,25 persen dan sekitar 39,75 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 usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan kategori usaha unggulan yang dijalankan para pelaku UKM dapat dikelompokkan atas lima usaha, yaitu usaha kerupuk dan sejenisnya, usaha kue dan makanan ringan lainnya, usaha bordiran dan sulaman, usaha tempe, dan usaha perabot. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini sebagai berikut.

Tabel 2 Gambaran Umum Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
1.	Bodiran dan Sulaman	82	20,50
2.	Kerupuk dan sejenisnya	50	12,50
3.	Kue dan makanan ringan	116	29,00
4.	Tahu/tempe	10	02,50
5.	Perabot	62	15,50
6.	Percetakan dan periklanan	29	07,25
7.	Lain-lainnya	51	12,75
Jumlah		400	100

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa jenis usaha kue dan makanan ringan menjadi responden paling banyak terambil dalam sampel penelitian yaitu 29,00 persen. Kemudian disusul oleh jenis usaha bordiran dan sulaman sebesar 20,50 persen. Secara keseluruhan atau sebesar 62,00 persen responden merupakan pengusaha produk 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, bordiran dan sulaman, kue dan makanan ringan. Kemudian disusul usaha bordiran/sulaman sebesar 20,50 persen. Usaha ini mengindikasikan dapat bertahan cukup lama karena membuat produk ciri khas daerah Sumatera Barat.

Tabel 3 Gambaran Pengambil Keputusan Usaha Berdasarkan Gender

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	176	44,00
2	Perempuan	224	56,00
Jumlah		400	100,00

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat dijelaskan bahwa pengambilan keputusan dalam usaha lebih didominasi oleh perempuan sebesar 56,00 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 dan tahu. Sedangkan usaha perabot, periklanan dan usaha lainnya hanya sebagian kecil tingkat keterlibatan perempuan, meskipun tidak tertutup kemungkinan perempuan dominan menjadi pengusaha perabot, periklanan dan usaha lainnya.

Deskripsi data penelitian disajikan pada Tabel 3 meliputi rata-rata, standar deviasi, dan korelasi antar variabel. Berdasarkan pada nilai rata-rata jawaban responden paling tinggi ditunjukkan oleh variabel intensitas persaingan sebesar 4,523 dan kemudian disusul oleh variabel keproaktifan sebesar 3,955. Ini menunjukkan kekonsistenan jawaban responden secara rata-rata karena ketika responden menjawab tingkat persaingan usaha yang tinggi maka secara konsisten responden juga menjawab pertanyaan terkait dengan perilaku keproaktifan dengan kecenderungan jawaban para rentang tinggi. Kemudian dilihat dari nilai rata-rata keinovasian sebesar 3,898 juga berada pada rentang tinggi. Terakhir, nilai rata-rata keberanian mengambil risiko juga berada pada rentang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya kekonsistensian jawaban responden secara skor rata-rata.

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 intensitas persaingan sebesar 0,711, kemudian diikuti oleh variabel keinovasian sebesar 0,611. 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 4 Deskripsi Statistik dan Koefisien Korelasi antar Variabel

Variabel	Mean	.D			
1. Kinerja Perusahaan (Y)	3,663	,479			
2. Keproaktifan (X ₁)	3,995	,579	.301**		
3. Keberanian berisiko (X ₂)	3,888	,515	.242**	.309**	
4. Keinovasian (X ₃)	3,898	,611	.327**	.296**	.226**

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 3 memiliki arah hubungan yang positif meliputi, hubungan kinerja perusahaan dengan keinovasian 0,327 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 0,301. Selanjutnya variabel keberanian berisiko memiliki hubungan yang kuat dengan kinerja meskipun arah hubungannya positif. Selanjutnya, intensitas persaingan memiliki hubungan dengan kinerja perusahaan yang cukup kuat pada level signifikansi 0,05. Terakhir, turbulensi pasar dan teknologi juga memiliki hubungan signifikan dan positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki hubungan yang cukup kuat antar satu sama lainnya sehingga untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel prediktor terhadap variabel kriteria dapat diuji dengan menggunakan analisis regresi.

Tabel 5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Model
Keproaktifan	0,157*
Keberanian berisiko	0,120*
Keinovasian	0,190*
R ²	0.167
R ² (Adjusted)	0.161
F	26,541

* Signifikan pada $p < 0.05$

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan ringkasan hasil analisis data menggunakan analisis regresi. Hasil dalam model persamaan menunjukkan bahwa nilai R² sebesar 0,167 atau 16,7% kemampuan variabel prediktor menjelaskan varians variabel kriteria. Secara statistik model dinyatakan layak karena nilai F sebesar 26,541 dengan tingkat signifikansi pada $\alpha = 0.05$. Secara parsial, variabel prediktor memiliki nilai signifikan kecil dari alpha 0,05, maka hipotesis dapat dikatakan terdukung.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di Sumatera Barat dipengaruhi oleh perilaku keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh yang besar pada kinerja UKM adalah variabel keinovasian. Hal ini berarti bahwa kinerja UKM akan meningkat secara signifikan apabila pelaku UKM terus berperilaku secara inovatif. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dari Terziovski (2010) bahwa inovasi merupakan faktor pendorong utama (*key driver*) dari kinerja UKM terutama di sektor manufaktur. Hal yang sama juga ditemukan dalam sektor industri makanan bahwa situasi inovasi mempunyai hubungan yang erat dengan kinerja UKM (Jenatabadi, 2014). Dengan kata lain, apapun sektor usaha yang digeluti oleh para pelaku UKM sebaiknya mampu menciptakan suasana dan tindakan-tindakan inovatif dalam mendorong kinerja usaha yang lebih baik.

Selanjutnya, kinerja UKM dipengaruhi secara signifikan oleh variabel keproaktifan. Perilaku keproaktifan dapat dilihat dari kemampuan pelaku UKM mencari dan mengeksplorasi peluang usaha yang ada. Brouthers *et al.*, (2014) menemukan bahwa keproaktifan sebagai salah satu dimensi dari orientasi kewirausahaan yang akan menentukan kinerja UKM dalam berbagai cakupan, bahkan dalam konteks kinerja usaha dalam konteks luas

atau internasional sangat dibutuhkan kemampuan keproaktifan dalam menangkap berbagai peluang usaha yang ada dalam pasar yang lebih luas. Begitu juga dengan pelaku UKM di Sumatera Barat, sebaiknya proaktif dalam mencari peluang usaha tidak terbatas pada pasar lokal yang ada, perlu juga memperluas cakupan pasar. Bila dikaitkan dengan jenis usaha yang dominan adalah usaha atau produk unggulan daerah, maka tidak tertutup kemungkinan untuk dapat memperluas jangkauan pasar ke daerah lain. Hal ini tergantung kemampuan dari pelaku usaha membaca peluang usaha yang ada.

Selain itu, kinerja UKM juga dipengaruhi oleh variabel keberanian mengambil risiko. Pelaku UKM yang berani mengambil risiko memiliki peluang untuk berhasil. Kraiczy, *et al* (2015) menunjukkan bahwa kinerja UKM sangat ditentukan oleh keberanian mengambil risiko terutama dalam kondisi-kondisi ketidakpastian. Oleh karena itu, pelaku UKM Sumatera Barat sebaiknya tidak membiasakan sikap *'tunggu-dan-melihat'* dalam kondisi ketidakpastian dengan alasan untuk meminimalkan risiko usaha. Oleh karena itu, sikap berani mengambil risiko sebaiknya dimiliki oleh setiap pelaku UKM Sumatera Barat apabila ingin terus memperluas cakupan usahanya. Hasil empiris juga mendukung bahwa keberanian mengambil risiko dapat memperluas cakupan usaha atau pasar hingga ke ruang lingkup yang luas, bahkan cakupan internasional (Dai *et al.*, 2014).

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja UKM dipengaruhi oleh variabel orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko. Oleh karena itu, dapat disarankan pada pelaku UKM di Sumatera Barat untuk meningkatkan kinerja usaha perlu melakukan tindakan-tindakan inovatif, proaktif dalam mencari peluang usaha dan mempunyai keberanian dalam mengambil risiko usaha.

REFERENSI

- Abernathy, W. J. dan Utterback J. M. (1978). Patterns of industrial innovation. *Technology Review*, 89(7), pp. 41-47.
- Apindo (2012). 37th Confederation of Employer (ACE) CEO and Board of Director Meeting, *Apindo Country Report*. in Singapore 12 Mei 2012.
- 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.
- Bank Indonesia (2012). Komoditi produk/ jasa usaha unggulan Sumatera Barat 2011. *Laporan Penelitian Bank Indonesia*.
- 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.
- Bhuiyan, 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.
- Brouthers, K. D., Nakos, G., & Dimitratos, P. (2014). SME entrepreneurial orientation, international performance, and the moderating role of strategic alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- 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.
- 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.
- Day, G. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58 (10): 37-52.

- Dai, L., Maksimov, V., Gilbert, B. A., & Fernhaber, S. A. (2014). Entrepreneurial orientation and international scope: The differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 511-524.
- 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.
- 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.
- 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.
- Jenatabadi, H. S. (2014). Situation of Innovation in the Linkage between Culture and Performance: A Mediation Analysis of Asian Food Production Industry. *Contemporary Engineering Sciences*, 7(7), 323-331.
- 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.
- Kraiczy, N. D., Hack, A., & Kellermanns, F. W. (2015). What Makes a Family Firm Innovative? CEO Risk-Taking Propensity and the Organizational Context of Family Firms. *Journal of Product Innovation Management*, 32(3), 334-348.
- 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 entrepreneurial 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.
- Susanto, Perengki (2010). Pengaruh Orientasi Pasar Pada Kinerja Perusaha 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.
- Terziovski, M. (2010). Innovation practice and its performance implications in small and medium enterprises (SMEs) in the manufacturing sector: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, 31(8), 892-902.
- 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.