PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UKM DI KABUPATEN KEPAHIANG DENGAN LEGITIMASI SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Disusun oleh :

BEKRI SHABAN DWITULAN

18059014

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJ A UKM DI KABUPATEN KEPAHIANG DENGAN LEGITIMASI SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Nama	: Bekri Shaban Dwitulan
NIM / BP	: 18059014/2018
Jenjang Program	: Strata (S1)
Keahlian	: Manajemen Pemasaran
Jurusan	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi

Padang, 29 Agustus 2022

Disetujui oleh

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen

Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D

NIP. 19810404 200501 1 002

Pembimbing

Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D

NIP. 19810404 200501 1 002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UKM DI KABUPATEN KEPAHIANG DENGAN *LEGITIMASI SOSIAL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Nama	: Bekri Shaban Dwitulan
NIM / BP	: 18059014/2018
Jenjang Program	: Strata (S1)
Keahlian	: Manajemen Pemasaran
Jurusan	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Penguji

Jurusan Manajemen (S1)

Universitas Negeri Padang

Padang, 18 Agustus 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Perengki Susanto, S.E., M.Sc, Ph.D 1. ____

2. Gesit Thabrani, S.E., M.T 2. ____

3. Rahmiati, S.E, M.Sc. 3. ____

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Bekri Shaban Dwitulan
NIM/Th Masuk	: 18059014/2018
Tempat/Tgl Lahir	: Desa Taba Sating, 27 November 1999
Program Studi	: Manajemen S1
Keahlian	: Pemasaran
Fakultas	: Ekonomi
Alamat	: Desa Taba Sating
Hp/Telp	: 085366584144
Judul Skripsi	: Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang dengan Legitimasi Sosial Sebagai Variabel Moderasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Agustus 2022

Bekri Shaban Dwitulan
NIM. 18059014

ABSTRAK

Bekri Shaban Dwitulan (2018/18059014)	**:**	**Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang dengan Legitimasi Sosial Sebagai Variabel Moderasi**
Dosen Pembimbing	**:**	**Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis: (1) pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang. (2) pengaruh legitimasi sosial memoderasi hubungan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang. Pada penelitian ini digunakan sampel sebanyak 278 pimpinan atau pemilik UKM pada komoditas produk/jasa usaha unggulan di kabupaten Kepahiang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM menggunakan smart PLS3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang. (2) Variabel legitimasi sosial memoderasi pengaruh antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Legitimasi Sosial, dan Kinerja UKM

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Di Kabupaten Kepahiang dengan Legitimasi Sosial sebagai Variabel Moderasi".**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku pembimbing dan Ketua Jurusan Manajemen yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku penguji 1 dan ibu Rahmiati, SE, M.Sc selaku penguji 2 yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Idris M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Yuki Fitria, SE., MM. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang.

5. Bapak Supan Werimandar, A.Md selaku staf administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang selalu sabar menghadapi dan membantu penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang serta kepada karyawan dan karyawati Fakultas Ekonomi.
7. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas Negeri Padang dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tuaku tercinta dan adik – adikku serta keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta kasih sayang yang tak terhingga dan tak ternilai harganya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Tersayang dan tercinta penulis mengucapkan terima kasih kepada para sahabat, Giya Anggraini, Wilyandi, Shibadio Muhammad J., Lusi Marcela, Muhammad Rizki, Geby Alfaren, Tegar Budi Setyawan, Nadia Putri Winata, Elsi Vitria J., Radia Anggina, Mang Dendot yang telah mendukung sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Rekan-rekan Manajemen 2018 serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang baik dan mendapatkan imbalan dari Allah Subhanahu Wata'ala, Aamiin. Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik

dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dari isi skripsi ini dimasa yang akan datang.

Padang, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR x

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 6

C. Batasan Masalah 6

D. Rumusan Masalah 7

E. Tujuan Penelitian 7

F. Manfaat Penelitian 7

BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS 9

A. Kajian Teori 9

1. Kinerja UKM 9

2. Orientasi Kewirausahaan 14

3. Legitimasi Sosial 17

4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja UKM 20

5. Pengaruh Legitimasi Sosial memoderasi Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM 21

B. Penelitian terdahulu 22

C. Kerangka Konseptual 24

D. Hipotesis Penelitian 25

BAB III METODE PENELITIAN 26

A. Desain Penelitian 26

B. Tempat Dan Waktu Penelitian 26

C. Populasi dan Sampel 26

D. Jenis dan Sumber Data 29

E. Tehnik Pengumpulan Data 30

F. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian 30

G. Instrumen Penelitian 35

H. Tehnik Analisis Data 36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 43

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 44

B. Hasil Analisis Deskriptif 45

C. Analisis Output PLS (Statistik Inferensial) 56

D. Pembahasan 66

BAB V PENUTUP 70

A. Kesimpulan 70

B. Saran 70

DAFTAR PUSTAKA 72

LAMPIRAN 77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data jumlah UKM di Kabupaten Kepahiang berdasarkan sektor usaha ... 2

Tabel 2. Penelitian Relevan ... 22

Tabel 3. Definisi operasional dan Indikator Penelitian ... 34

Tabel 4. Pengukuran Skala *Likert* ... 36

Tabel 5. Tingkat Capaian Responden ... 38

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ... 46

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur ... 46

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ... 47

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Industri ... 48

.Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan ... 48

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan ... 49

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penjualan Perusahaan Per Tahun ... 50

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Aset Perusahaan ... 50

Tabel 14. TCR Variabel Kinerja UKM ... 51

Tabel 15TCR Variabel Orientasi Kewiraushaan ... 53

Tabel 16. TCR Variabel Legitimasi Sosial ... 55

Tabel 17. Output Outer Loading ... 57

Tabel 18. Average Variance Extracted (AVE) ... 59

Tabel 19. Output Cross Loading ... 60

Tabel 20. Cronbach Alpha dan Composite Reliability ... 62

Tabel 21. *R-Square* ... 62

Tabel 22. Hasil Analisis *Inner model* 64

Tabel 23. Efek Tidak Langsung Spesifik 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual..... 24

Gambar 2. Hasil Model Struktural..... 58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini di Indonesia sedang giat-giatnya melakukan pembangunan. Pada pelaksanaan pembangunan suatu negara tentunya yang paling mendasar yaitu pembangunan pada daerah dari suatu negara tersebut. Pemerintah daerah memiliki wewenang luas dalam membangun potensi daerahnya sesuai dengan UU No. 32 Tahun 2004. Potensi yang ada pada tiap daerah salah satunya adalah UKM (Usaha Kecil Menengah). UKM memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan daerah terutama untuk menopang perekonomian suatu daerah.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM), UKM merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan 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 dan usaha menengah.

UKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat

pengangguran yang ada di Indonesia UKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih mengganggur. UKM juga memanfatkan berbagai sumber daya alam yang berpotensial di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UKM dapat membantu mengolah sumber daya alam yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Berdasarkan data Kementrian Koperasi & UKM Republik Indonesia, jumlah UKM pada tahun 2021 mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun. Kemudian, untuk Kabupaten Kepahiang sendiri jumlah UKM pada tahun 2021 sebanyak 1001 unit yang dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. Data jumlah UKM di Kabupaten Kepahiang berdasarkan sektor usaha

No	Sektor UKM Kabupaten Kepahiang	Jumlah
1.	Perdagangan	732
2.	Manufaktur	68
3.	Aneka jasa	159
4.	Lainnya	42
Jumlah Total		**1001**

Sumber : Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Kepahiang 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwasannya jumlah UKM di Kabupaten Kepahiang sebanyak 1001 UKM dengan di dominasi sektor perdagangan berjumlah 732 UKM diikuti sektor jasa berjumlah 159 UKM kemudian sektor industri berjumlah 68 UKM dan sektor lainnya berjumlah 42 UKM. Ada pun permasalahan UKM di Kabupaten Kepahiang menurut Kepala Disperkop UKM Kabupaten Kepahiang, Husni Thamrin, SE yaitu masih

kurangnya inovatif mengenai produk sehingga masih banyak UKM yang berjualan dengan jenis produk yang sama seperti contoh produk keripik, kopi, perabotan dan juga percetakan (Bengkulueksprress, 2021).

Selain itu akibat adanya covid-19, omzet penjualan para pelaku UKM mengalami penurunan. Salah satunya adalah pelaku UKM di daerah Tebat Monok yang mengatakan bahwa hasil penjualan sebelum covid (omzet) yang di dapatkan bisa mencapai Rp 500 ribu perhari namun semenjak covid omzet yang didapatkan kurang lebih Rp 200 ribu perhari (Bengkulueksprress, 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa adanya penurunan konsumen yang menyebabkan tingkat keungan UKM mengalami penurunan.

Adanya permasalahan UKM di Kabupaten Kepahiang sebagaimana yang dijelaskan diatas maka diperlukan kinerja UKM serta orientasi kewirausahaan untuk membantu mengatasi masalah UKM di Kabupaten Kepahiang. Kinerja UKM dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah orientasi kewirausahaan (Boso, *et al*. 2013 ; Wales *et al*. 2021). Orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan pengambilan keputusan organisasi yang mendukung kegiatan kewirausahaan (Dess and Lumpkin, 2005). UKM yang memiliki orientasi wirausaha tinggi akan cenderung melakukan tindakan-tindakan yang didasarkan pada keputusan inovatif, berani mengambil resiko bisnis dan cenderung melakukan tindakan yang proaktif dalam mengantisipasi persaingan usaha dan memanfaatkan peluang.

Pentingnya memiliki orientasi kewirausahaan dalam menjalankan usaha telah dibuktikan dalam beberapa penelitian. Menurut Kaur & Mantok

(2015) yang membuktikan bahwa tiga dimensi orientasi kewirausahaan yaitu sikap proaktif, *risk-taking* (pengambilan keputusan) dan inovasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis diukur dari kinerja subjektifnya. Didukung dengan penelitian Boso, *et al* (2013) dengan lima variabel orientasi kewirausahaan yaitu inovatif, proaktif, *risk-taking*, keagresivan bersaing dan autonomi terbukti berpengaruh terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil yang ingin meningkatkan kinerja tentunya harus memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat. Orientasi kewirausahaan itu sendiri adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

Hal yang perlu diperhatikan selain orientasi kewirausahaan yaitu legitimasi sosial. Legitimasi sosial mengacu pada persepsi atau asumsi umum bahwa tindakan suatu entitas diinginkan tepat atau sesuai dalam beberapa sistem norma, nilai, keyakinan, dan definisi yang dibangun secara sosial (Suchman, 1995: 574). Legitimasi sosial berakar pada banyak teori, diantaranya teori institusional diakui secara luas sebagai yang paling penting (Suchman, 1995). Teori institusional berfokus pada interaksi antara organisasi dan institusi (Scott, 1995). Organisasi harus menyesuaikan diri dengan berbagai persyaratan kelembagaan dan mendapatkan legitimasi sosial. Dengan hal ini dapat dikatakan bahwa UKM harus memenuhi semua persyaratan dari pemerintah untuk mendapatkan legitimasi sosial.

Legitimasi dalam ranah kewirausahaan biasanya dianggap sama dengan integrasi peluang (Wang, dkk., 2017) karena membantu perusahaan

memperoleh sumber daya dan kemampuan yang diperlukan untuk mengidentifikasi dan mewujudkan peluang baru (Covin dan Slevin, 1989; Wiklund dan Shepherd, 2005). Maka dengan adanya legitimasi sosial, UKM dapat meningkatkan peluang untuk memjalankan produknya lebih baik lagi. Legitimasi sosial memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja UKM dikarenakan dapat mempengaruhi kemampuan UKM dalam melanjutkan kegiatan usahanya (Lesmana dan Tarigan, 2014: 108). Legitimasi dianggap sebagai cara untuk mempertahankan keberlangsungan hidup suatu organisasi yang dicapai melalui tindakan organisasi yang sesuai aturan dan dapat diterima secara luas oleh masyarakat (O'Donovan, 2002).

Namun, perusahaan memiliki kecenderungan untuk menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan hanya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat atas aktivitas perusahaan yang dilakukan dan bukan sebagai bentuk kesadaran atas tanggung jawabnya terhadap masyarakat atas aktivitas perusahaan yang dilakukan. Perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat di lingkungan bisnisnya dan melalui pengungkapan tersebut diharapkan perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Reverte (2009) juga mendukung pendapat tersebut bahwa secara eksplisit teori legitimasi mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang membuat perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial yang dilakukan. Melalui pengungkapan tersebut, diharapkan perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat

yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Pendapat tersebut juga didukung oleh pendapat dari Guthrie dan Parker (1989) dalam Faisal, et.al (2012: 21).

Berdasarkan uraian masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik dan berkeinginan untuk mengkaji lebih lanjut kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang, dan menulisnya dalam bentuk skripsi yang berjudul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang dengan Legitimasi Sosial sebagai Variabel Moderasi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan tersebut, maka masalah yang diidentifikasi oleh peneliti yaitu:

1. Masih rendahnya tingkat kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang.
2. Masih rendahnya orientasi kewirausahaan UKM di Kabupaten Kepahiang.
3. Masih kurangnya pemahaman mengenai legitimasi sosial

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk menghindari meluasnya permasalahan sehingga dapat mencapai sasaran yang diharapan. Maka peneliti memfokuskan pada masalah pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang dengan legitimasi sosial sebagai variabel moderasi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang diteliti yaitu:

1. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang dengan adanya legitimasi sosial?.
2. Bagaimana pengaruh legitimasi sosial terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang ?.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadapa kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang.
2. Mengetahui pengaruh legitimasi sosial terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan pada penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teroritis

   Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan sumbangan pemikiran dalam praktek pengerjaan dan upaya peningkatan kinerja UKM.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Masyarakat

Memberikan edukasi atau pemahaman tentang upaya peningkatan kinerja UKM kepada masyarakat, khususnya yang ada di Kabupaten Kepahiang.

b. Bagi Pemerintah

Adanya penelitian ini, diharapkan pemerintah dapat melihat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang dengan Legitimasi Sosial sebagai variabel moderasi agar dapat meninngkatkan kualitas UKM di Kabupaten Kepahiang.

c. Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Kinerja UKM

a. Pengertian Kinerja UKM

UKM menurut Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menegkop dan UKM), yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, usaha menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Adapun definisi UKM menurut Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) pasal 35 hingga pasal 36. Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah) dengan nominal maksimal sampai Rp5.000.000.000 (lima miliar rupiah) di luar tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah) maksimal sampai Rp15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah).

Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha yang merniliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000 (lima miliar rupiah) maksimal sampai Rp10.000.000.000 (sepuluh rniliar rupiah) di luar tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) dengan nominal maksimal sampai Rp50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Tohar (2000: 1) mendefinisikan usaha menengah adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih, penjualan lebih besar dari kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha kecil, meliputi usaha nasional (milik negara atau swasta), usaha patungan, warga negara asing atau hukum asing yang melakukan kegiatan ekonomi di negara Indonesia. Suhardjono (2003: 33) mendefinisikan usaha menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha lebih besar dari Rp. 200.000.000,- sampai paling banyak Rp 10.000.000.000

Menurut Wu (2009), "*Performance is a measure how well a mechanis, process achieves its purpose*". Artinya kinerja adalah sebuah ukuran seberapa baik sebuah mekanisme atau proses pencapaian suatu tujuan. Pengukuran kinerja (*performance*) merupakan upaya agar sumber daya dapat digunakan secara efektif dan dapat memberikan arahan bagi keputusan strategis tentang perkembangan organisasi di masa depan. Sedangkan menurut Aminu dan Shariff (2015), "*SMEs performance can be seen as how the firm provides value to its stakeholders such as owners,*

customers, society and even government". Dimana menurutnya tingkat kinerja sebuah UKM dapat dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut memberikan nilai kepada para pemilik kepentingan seperti, pemilik, pelanggan, masyarakat dan pemerintah.. Menurut Wicaksono dan Nuvriasari (2012) kinerja usaha merupakan suatu fungsi dari hasil kegiatan perusahaan, hasil kegiatan perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam kurun waktu tertentu. Pengukuran kinerja (*performance*) merupakan upaya agar sumber daya dapat digunakan secara efektif dan dapat memberikan arahan bagi keputusan strategis tentang perkembangan organisasi di masa depan.

Kinerja dapat diukur secara obyektif atau subjektif, menyangkut nilai absolut dan relatif terhadap pesaing serta harapan di perusahaan (Pehrsson 2016). Ada beberapa kombinasi di mana keberadaan beberapa ketentuan dan tidak adanya orang lain akan mengarah pada kinerja perusahaan (Madanoglua, Kizildagb, & Ozdemir, 2018). Kinerja perusahaan dapat disebabkan oleh faktor CEO yang sulit dikembangkan secara eksternal, seperti kecerdasan, kepribadian, pengetahuan dan keterampilan yang tidak diajarkan (Lindorff and Jonson 2013). Kinerja perusahaan juga dapat diukur dalam hal kinerja saham jangka pendek dan jangka panjang serta kinerja operasi yang terkait dengan pengumuman (Chen, Lin, and Tsai 2018).

b. Faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja UKM

Menurut Boso, *et al.* (2013) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kinerja UKM yaitu faktor orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kapabilitas pemasaran:

1) Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya agar mampu melakukan strategi dalam berwirausaha sehingga memperoleh keunggulan kompetitif. Orientasi kewirausahaan memiliki sikap untuk mengambil risiko, proaktif terhadap perubahan yang terjadi pasar, memiliki sikap keagresivan kompetitif untuk mengungguli pesaing dalam pasar, dan otonomi yang mengacu pada tindakan independen oleh para pemimpin atau tim wirausaha dalam memastikan ide dan konsep dilakukan sampai selesai.

2) Orientasi Pasar

Pasar merupakan aktivitas pencarian informasi pasar, termasuk kebutuhan konsumen sekarang dan yang akan datang, pendistribusian informasi tersebut berjalan lintas fungsional, dan organisasi secara keseluruhan menanggapi dengan baik informasi tersebut.

3) Kapabilitas Pemasaran

Kapabilitas pemasaran merupakan kemampuan berkembang ketika individu dan kelompok berulang kali menerapkan pengetahuan dan keterampilan mereka untuk menggabungkan dan mengubah sumber daya dengan cara yang berkontribusi untuk mencapai tujuan

perusahaan. Kapabilitas pemasaran dapat dilihat dari segi kemampuan perusahaan untuk menggunakan sumber daya yang tersedia untuk melakukan tugas pemasaran dengan cara yang mencapai hasil pemasaran yang diinginkan.

c. Indikator kinerja UKM

Kinerja UKM yang merupakan penilaian terhadap suatu operasional perusahaan dalam periode tertentu. Kinerja UKM memiliki indikator – indikator yang dikemukakan oleh (Hooley *et al*. 2005) dengan indikator:

1) Kinerja Pelanggan

Untuk dapat melihat kinerja perusahaan baik atau tidak dapat dilihat dari jumlah pelanggan. Pelanggan sendiri suatu elemen penting dalam bisnis karena pelangganlah penggerak suatu bisnis. Pelanggan yaitu individu, kelompok, atau instansi yang melakukan pembelian secara berulang di sebuah tempat atau toko. Pelanggan bisa tercipta ketika perusahaan mampu memberikan sebuah kepuasan kepada pembeli baik itu dalam segi manfaat produk, layanan perusahaan, ataupun kenyamanan dalam berbelanja dan berbagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan.

2) Kinerja Pasar

Kinerja pasar dapat diartikan sebagai sejauh mana perusahaan meningkatkan nilai saham perusahaan yang telah diperdagangkan

dalam pasar modal. Kinerja pasar diukur menggunakan indikator price earning ratio dan price book value.

3) Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan adalah sebuah fakta yang dipergunakan dalam mengukur kemampuan dari perusahaan untuk menghasilkan laba yang digambarkan dalam laporan keuangan dari perusahaan. Mengukur kinerja keuangan dapat dilakukan dengan mengukur rasion diantaranya adalah rasio likuiditas, profitabilitas, solvabilitas dan aktifitas.

2. Orientasi Kewirausahaan

a. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Entrepreneurial orientation atau orientasi kewirausahaan dapat dimanifestasikan dalam sistem hubungan dan makna yang saling terkait dari elemen kewirausahaan, yang terdiri atas pengambilan risiko, proaktif, dan inovatif (Gupta 2015). Orientasi kewirausahaan merupakan sebuah konsep multidimensi, yang berarti gaya strategis di tingkat perusahaan dan orientasi strategis dalam hal pengambilan keputusan perusahaan dan praktek kewiraswastaan (Lan and Wu 2010).

Orientasi kewirausahaan juga menyiratkan orientasi strategis perusahaan untuk memasuki pasar baru dengan memberikan produk dan layanan baru (Khalili, nejadhussein, and Fazel 2013). Orientasi kewirausahaan dianggap sebagai penggerak yang penting dalam pertumbuhan dan kinerja UKM yang unggul berkelanjutan (Ie and Pratama

2019). Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Fatmawati 2016). Orientasi kewirausahaan mengambil peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha.

Menurut (Miller dan Frisien;Fatmawati, 2016) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk mendefinisikan kinerja usaha. Stevenson and Jarillo (2007) menganalogikan bahwa studi orientasi kewirausahaan merupakan konsep manajemen kewirausahaan, merefleksikan proses, metode, dan gaya organisasional bertindak secara kewirausahaan. Oleh karena itu, Dess and Lumpkin (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin meningkatkan keberhasilan kewirausahaan korporat (corporate entrepreneurship) harus berorientasi kewirausahaan. Tingkat orientasi kewirausahaan dalam bisnis dapat dilihat dari sejauh mana suatu perusahaan berinovasi, mengambil resiko dan bertindak secara proaktif (Miller, 1983; dalam Matchaba-Hove & Vambe, 2014).

Secara spesifik, Miller (1983) mengidentifikasi dimensi dari orientasi kewirausahaan terdiri dari tiga, yaitu inovatif, pengambilan resiko dan proaktif. dan ada dua dimensi lain menurut Dess and Lumpkin (2005), yaitu otonomi (autonomy) yang luas dalam 15 pengambilan keputusan, dan memiliki agresivitas (aggressiveness) perusahaan untuk mengejar posisi unggul dalam persaingan bisnis.

b. Indikator Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah perilaku pengusaha mencari pasar baru, melayani pelanggan, mengalahkan pesaing dalam memanfaatkan peluang usaha dan berani mengambil resiko. Dalam penelitian ini, pengukuran variabel orientasi kewirausahaan menggunakan indikator menurut pandangan (Boso, Story, and Cadogan 2013) yaitu:

1) Inovatif *(Innovative)*

   Inovatif yaitu keinginan untuk terlibat dalam kreativitas dan eksperimen melalui pengenalan produk atau jasa baru serta kepemimpinan teknologi melalui riset dan pengembangan dalam proses-proses baru.

2) Proaktif *(Proactive)*

   Proaktif adalah pengambilan keputusan yang di lakukan secara inisiatif dengan mengantisipasi, mengejar peluang baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul.

3) Berani mengambil resiko *(Risk Taking)*

   Keberanian berisiko merupakan kemampuan aktif perusahaan untuk mengejar peluang meskipun peluang tersebut mengandung risiko dan hasilnya tidak pasti.

4) Keagresivan Bersaing *(Competitive Agresiveness)*

   Keagresivan bersaing yaitu intensitas dari upaya-upaya perusahaan untuk unggul dalam pesaing yang ditandai oleh sikap atau tanggapan ofensif atau respon agresif terhadap tindakan-tindakan pesaing.

5) Otonomi *(Autonomy)*

Otonomi adalah kebebasan individu dalam berfikir dan bertindak kreatif dalam hal mengatasi berbagai persoalan atau dalam mengoptimalkan peluang baru yang menarik pasar.

3. Legitimasi Sosial

a. Pengertian Legitimasi Sosial

Legitimasi sosial merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat (Gray at el, 1996). Hal ini mengindikasi adanya kontrak sosial antara perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. UKM menjalankan kontrak sosial harus menyesuaikan dengan nilai dan norma yang berlaku agar berjalan dengan selaras. Menurut teori ini, tindakan sebuah institusi haruslah mempunyai aktivitas dan kinerja yang dapat diterima oleh masyarakat.

Teori legitimasi sosial menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan atau UKM untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Legitimasi ini menyebabkan UKM terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Teori legitimasi sosial menyatakan organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik (Deegan and Brown, 1996). UKM harus semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup usaha juga tergantung dari hubungan masyarakat dan lingkungannya tempat usaha

beroperasi. Hal ini sejalan dengan legitimacy theory yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai justice, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA. 1994 dalam Titisari, Suwardi, dan Setiawan, 2010). Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi harus terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Rustiarini, 2011).

Chariri (2008) menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan nor-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi sosal UKM. Ketika ketidak selarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi di dalam UKM. Suaryana (2011) menyatakan bahwa norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waku sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. UKM harus mengikuti perubahan untuk mendapatkan legitimasi sosial yang merupakan suatu proses yang dilakukan secara berkesinambungan.

b. Indikator Legitimasi Sosial

Menurut (Gray *et al,* 1996), indikator dari legitimasi sosial adalah :

1. Keberpihakan terhadap masyarakat / kelompok masyarakat

   Keberpihakan terhadap masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat semakin maju.

2. Keberpihakan terhadap individu

   Keberpihakan terhadap individu merupakan upaya dari perusahaan untuk dapat mengembangkan perusahaan ditengah masyarkat. Keberpihakan individu dapat dilihat sebagai sesuatu diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.

3. Keberpihakan terhadap pemerintah

   Keberpihakan terhadap pemerintah diartikan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan pemerintah. Salah satunya adalah dengan cara mengikuti semua peraturan yang dibuat oleh pemerintah, ketaatan membayar pajak, dan tidak melakukan penghindaran pajak.

4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja UKM

Orientasi kewirausahaan berhubungan dengan cara berwirausaha dalam hal ini seperti metode yang dipakai, kebiasaan dan gaya pengambilan keputusan yang digunakan dalam berwirausaha (Lee and Peterson 2000). Para ahli menyetujui bahwa orientasi kewirausahaan terdiri atas autonomy, competitive aggressiveness, risk taking, dan innovativeness (Lumpkin dan Dess, 1996; Lee dan Peterson, 2000).

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

McGrath and MacMillan (2001) menyatakan perlunya pola pikir kewirausahaan *(entreprenurial 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 Slater and 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 serta berani mengambil resiko atas peluang binis. 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.

5. Pengaruh Legitimasi Sosial memoderasi Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM

Legitimasi sosial mengacu pada "persepsi atau asumsi umum bahwa tindakan suatu entitas diinginkan, tepat atau sesuai dalam beberapa sistem norma, nilai, keyakinan, dan definisi yang dibangun secara sosial" (Suchman, 1995, hal.574). Legitimasi sosial berakar pada banyak teori, di antaranya teori institusional diakui secara luas sebagai yang paling penting (Suchman, 1995). Teori institusional berfokus pada interaksi antara organisasi dan institusi (Scott, 1995). Organisasi harus menyesuaikan diri dengan berbagai persyaratan kelembagaan dan mendapatkan legitimasi sosial.

Legitimasi sosial memiliki peran penting dalam pengembangan UKM. Dengan adanya legitimasi sosial maka kebutuhan sumber daya suatu UKM akan terpenuhi serta dapat mewujudkan peluang – peluang baru dalam dunia kewirausahaan (Coviin dan Slevin, 1989 ; Wiklund dan Shepherd, 2005). Selain itu juga Wang dkk, 2017 juga menyatakan bahwa legitimasi sosial

dalam ranah kewirausahaan dianggap sebagai integrasi peluang. Dengan adanya legitimasi sosial maka akan menimbulkan banyak peluang yang nantinya akan menjadi keuntungan bagi UKM.

B. Penelitian terdahulu

Untuk dapat mendukung hipotesis penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu yang mengkaji dan meneliti masalah serupa baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM dengan legitimasi sosial sebagai variabel moderasi.

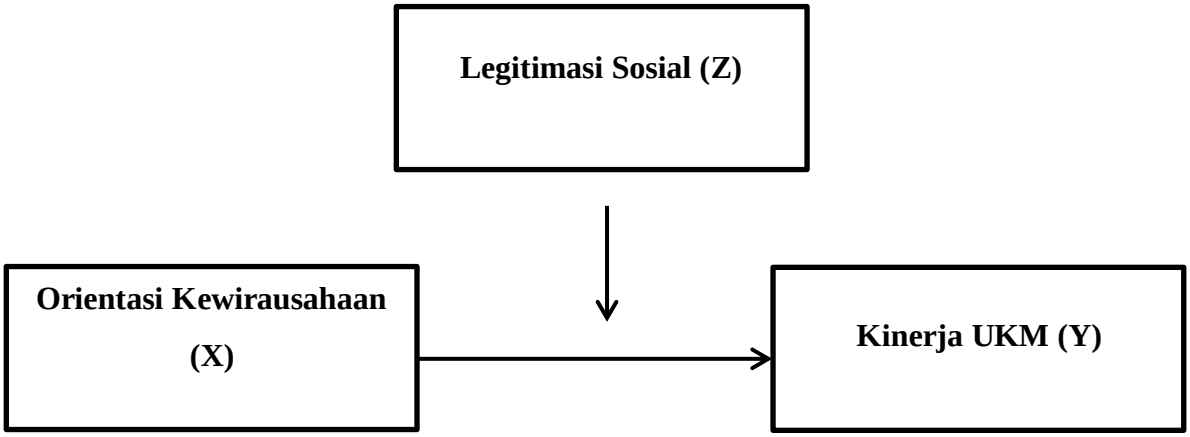
Tabel 2. Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tehnik Analisis	Hasil Penelitian
1.	Satria Tirtayasa (2022)	*The influence of entrepreneurship orientation and market orientation on the performance of small and medium enterprises mediated by competitive advantage*	Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Structural Equation Model (SEM) dengan alternatif metode Partial Least Square (PLS)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM adalah positif dan signifikan
2.	Y. Rahmat Akbar, Roni Putra Adi (2022)	*Moderating effect of government regulation on the effect of entrepreneurship orientation on the performance of micro, small and medium enterprises*	Teknik Analisis data menggunkana analisis Regresi Sedang (Analisis Regresi Sedang).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan secara langsung memiliki pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha mikro, kecil dan menengah.
3.	Xi Li a, Jing Yang, Heng Liu, Xinyu Zhuang (2021)	*Entrepreneurial orientation and green management in an emerging*	Menggunakan skala likert 1 sampai 7 dan *Moderated*	orientasi kewirausahaan berhubungan positif dengan

		economy: The moderating effects of social legitimacy and ownership type	*Regression Analysis (MRA)*	manajemen hijau perusahaan pasar berkembang. Hubungan positif ini diperkuat oleh legitimasi sosial dan lebih kuat untuk BUMN daripada untuk non-BUMN.
4.	Erna Herlinawati ,*et al*(2019)	The effect of enterpreneurial orientation on SMES business performance in indonesia	Tehnik analisis menggunakan sistem skala likert, analisis silogisme deskriptif dan Structural Equation Modeling (SEM).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM.
5.	Muslim Amin (2015)	*The effect of entrepreneurship orientation and learning orientation on SMEs' performance: an SEM-PLS approach*	Analisis data menggunakan pendekatan SEM PLS.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi orientasi kewirausahaan (innovativeness, proaktif, dan risk taking) dan orientasi pembelajaran memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja UKM.
6.	Boso *et al*. (2013)	*Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial*	Analisis data Menggunakan LISREL 8.5 dan Confirmatory factor analysis (CFA)	Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja orientasi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.
7.	Yunqing Liu and Min Wang (2020)	Entrepreneurial orientation, new product development and firm	Diuji menggunakan regresi kuadrat terkecil biasa (OLS)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme EO meningkatkan FP di UKM

		performance: the moderating role of legitimacy in Chinese high-tech SMEs		teknologi tinggi dengan mempertimbangkan NPD sebagai mediator dan legitimasi sebagai moderator
8.	KonShik Kim (2019)	Moderating effects of legitimacy on the Liability- and R&D investmentInnovation Relationships in Manufacturing SMEs	Penelitian ini menggunakan model regresi fraksional.	Hasil penelitian menunjukkan legitimasi mempengaruhi kinerja dan inovasi UKM.

C. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas bisa dijelaskan bahwa (1) orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM, (2) legitimasi sosial sebagai pemoderasi hubungan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, kajian teoritis, perumusan masalah dan kerangka koseptual diatas maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 :Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang.

H2 :Legitimasi Sosial signifikan sebagai pemoderasi hubungan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM melalui Legitimasi Sosial sebagai variabel moderasi di Kabupaten Kepahiang. Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS). Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang. Hal ini berarti bahwa orientasi kewirausahaan yang diterapkan mampu mempengaruhi tingkat kinerja perusahaan pada UKM di Kabupaten Kepahiang.
2. Variabel legitimasi sosial memoderasi pengaruh antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang. ini berarti legitimasi sosial mampu memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan dengan Kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka untuk meningkatkan kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dari temuan hasil penelitian ini, diperoleh bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kepahiang.

Dimana variabel orientasi kewirausahaan memiliki nskor rata-rata 4,01 dan TCR sebesar 80,11 % dalam kategori baik. Namun, sebaiknya UKM di Kabupaten Kepahiang hendaknya mampu meningkatkan orientasi kewirausahaan sehingga dapat mencapai kinerja UKM yang diharapkan.

2. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja UKM, peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti Kinerja UKM, misalnya melakukan penelitian dengan jumlah populasi serta sampel yang lebih banyak lagi, sehingga data yang diperoleh dapat di generalisasikan lebih baik. Dengan demikian hasil penelitian yang dibuat oleh peneliti selanjutnya dapat menggambarkan kecendrungan dari setiap variabel yang dibuat lebih akurat.