

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP KINERJA USAHA KECIL
MENENGAH (UKM) DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Padang*



**VANESHA CORNELYA
NIM 2017/17059211**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

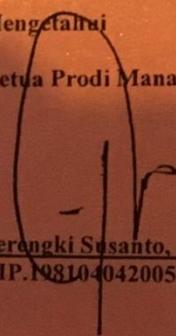
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KINERJA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI KOTA
PADANG

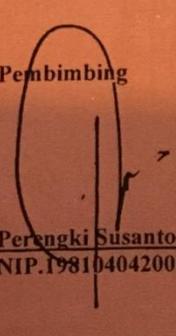
Nama : Vanesha Cornelya
NIM/BP : 17059211/2017
Jenjang Program : Strata 1 (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, September 2021

Mengetahui
Ketua Prodi Manajemen


Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D
NIP.198104042005011002

Pembimbing


Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D
NIP.198104042005011002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KINERJA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI KOTA
PADANG**

Nama : Vanesha Cornelya
NIM/BP : 17059211/2017
Jurusan : Manajemen S-1
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

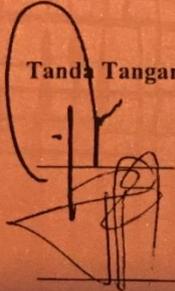
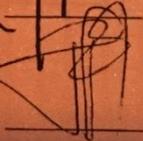
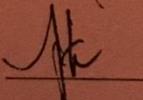
Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Manajemen S-1

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

Padang, September 2021

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D	(Ketua)	
Rahmiati, SE, M.Sc	(Anggota)	
Astra Prima Budiarti, SE, BBA, Hons, MM	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vanesha Cornelya
NIM/TM : 17059211/2017
Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi/ 15 Juni 1999
Jurusan : Manajemen
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Gerbang Komp. Pelangi No. 1 Padang
No HP/Telephone : 08116615699
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Religiusitas Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik dari UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran didalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skirpsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi

Padang, September 2021

Penulis



Vanesha Cornelya
NIM. 17059211

ABSTRAK

Vanesha Cornelya (2017/17059211) : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Religiusitas terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Padang

Pembimbing : Perengki Susanto, S.E., M.Sc., P.hD

Tujuan penelitian ini adalah menguji: (1) Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM; (2) Pengaruh religiusitas terhadap kinerja UKM. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik, manajer, dan pemilik & manajer UKM di Kota Padang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan ukuran sampel (*sample size*) sebanyak 175 sampel. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Padang.

Kata kunci: Orientasi kewirausahaan, Religiusitas, Kinerja UKM

ABSTRACT

**Vanesha Cornelya
(2017/17059211)** : *The Effect of Entrepreneurial Orientation and Religiosity on SMEs' Performance in Padang City*

Supervisor : **Perengki Susanto, S.E., M.Sc., P.hD**

The purpose of this study was to examine: (1) the effect of entrepreneurial orientation on SMEs' Performance; (2) the effect of religiosity on SMEs' Performance. The type of this study was quantitative research. Population of the study were all owners and managers of SMEs in Padang city. Sampling technique used was purposive sampling with the numbers of sample size were accounted for 175 respondents. In order to test hypotheses development, the study performed multiple regression analysis. The results of analysis revealed that entrepreneurial orientation and religiosity had positively and significantly effect on SMEs' Performance in Padang City.

Keywords: *Entrepreneurial orientation, Religiosity, SMEs' Performance*

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT dan shalawat beriringan salam kepada Nabi Muhammad SAW, karena atas izin dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Religiusitas terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Padang”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Selama penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak diberi nasehat, motivasi, arahan dan bimbingan oleh berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Perengki Susanto, S.E., M.Sc, Ph.D. selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dengan rasa sabar dan tanggung jawab, dan telah meluangkan hari-harinya untuk dapat memberikan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rahmiati, S.E., M.Sc. dan Ibu Astra Prima Budiarti, S.E., BBA, Hons, M.M. selaku penguji 1 dan penguji 2 yang memberikan saran, masukan, dan kritikan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik
3. Ibu Yolandafitri Zulfia, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademis yang telah memberikan saran, masukan, dan kritikan selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Dr. Idris, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi beserta jajaran.
5. Bapak Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku ketua jurusan Manajemen dan Ibu Yuki Fitria, S.E., M.M. selaku sekretaris jurusan Manajemen.
6. Bapak Supan Weri Mandar, S.Pd. selaku staf tata usaha Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah banyak membantu penulis dalam kepentingan administrasi.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis dalam menuntut ilmu selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Padang.
8. Bapak dan Ibu karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi maupun non-Administrasi selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Padang.
9. Teristimewa Papa Yolas Pendra, Mama Elyasmar, Abang Arvin Yudhistira Pratama, Abang Arizki Dian Prasetya, Kak Lara Fedora, serta keluarga besar yang telah memberikan motivasi, mendoakan penulis, serta berkorban baik secara materil maupun moril demi terwujudnya cita-cita penulis.
10. Keluarga besar Om Maryaspen Ilyas, Tante Afrida Aru Ninggar, Kak Farah Afmalia, dan Kak Ghezy Glory yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat terdekat Salsabila Syifa, Jihan Fithriyah, Rayes, Roger, Oliver, Princy, dan Satrio yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

12. Rekan-rekan Program Studi Manajemen S1 2017 khususnya Manajemen Pemasaran yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat selama duduk di bangku perkuliahan.

13. Seluruh pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan pada berbagai sisi dan jauh dari kata sempurna, baik dari yang bersifat teknis maupun bahasa. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap agar hasil dari penelitian ini kelak dapat bermanfaat bagi kita semua, atas perhatian seluruh pihak penulis ucapkan terima kasih.

Padang, September 2021

Vanesha Cornelya

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	13
1. Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	13
a. Pengertian Usaha Kecil dan Menengahh (UKM)....	13
b. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	14
c. Klasifikasi Jumlah Tenaga Kerja untuk Setiap Jenis atau Kategori Usaha.....	14
d. Peranan UKM.....	15
e. Kendala dan Kelemahan UKM.....	15
2. Kinerja UKM.....	16
a. Pengertian Kinerja UKM.....	16
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM...	17
c. Pengukuran Kinerja UKM.....	18
3. Orientasi Kewirausahaan.....	19
a. Pengertian Orientasi Kewirausahaan.....	19
b. Pengukuran Orientasi Kewirausahaan.....	20
4. Religiusitas.....	22

a.	Pengertian Religiusitas.....	22
b.	Pengukuran Religiusitas.....	24
5.	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM.....	25
6.	Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja UKM.....	26
B.	Penelitian yang Relevan.....	27
C.	Kerangka Konseptual.....	28
D.	Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Jenis Penelitian.....	30
B.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
C.	Populasi dan Sampel.....	30
1.	Populasi.....	30
2.	Sampel.....	31
D.	Jenis dan Sumber Data.....	32
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
F.	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	33
1.	Definisi Operasional.....	33
2.	Variabel penelitian.....	36
G.	Instrumentasi.....	38
H.	Teknik Analisis Data.....	39
1.	Analisis Deskriptif.....	39
2.	Analisis Induktif.....	41
a.	Uji Coba Instrumen.....	42
1)	Uji Validitas.....	42
2)	Uji Reliabilitas.....	44
b.	Uji Asumsi Klasik.....	45
1)	Uji Normalitas.....	46
2)	Uji Multikolinieritas.....	46
3)	Uji Heterokedastisitas.....	47
4)	Uji Linearitas.....	47
c.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47

d. Uji Hipotesis.....	48
1) Uji F.....	48
2) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3) Uji t.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
1. Usaha Kecil dan Menengah.....	50
2. Usaha Kecil dan Menengah di Kota Padang.....	51
B. Analisis Deskriptif.....	52
1. Karakteristik Responden.....	52
2. Karakteristik Perusahaan / UKM.....	56
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	60
a. Kinerja UKM.....	61
b. Orientasi Kewirausahaan.....	65
c. Religiusitas.....	73
C. Hasil Analisis Data dan Pembahasan.....	77
1. Hasil Analisis Data.....	77
a. Uji Asumsi Klasik.....	77
1) Uji Normalitas.....	78
2) Uji Multikolinieritas.....	78
3) Uji Heterokedastisitas.....	79
4) Uji Linearitas.....	80
b. Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
c. Uji F.....	83
d. Koefisien Determinasi.....	83
e. Uji t.....	84
2. Pembahasan.....	85
a. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM.....	85
b. Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja UKM.....	87
BAB V PENUTUP	

A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	90
1. Bagi Organisasi / UKM Kota Padang.....	90
2. Bagi Peneliti yang akan Datang.....	93
C. Keterbatasan.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah UKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2020.....	2
Tabel 1.2 : Jumlah dan Perkembangan UKM Kota Padang Periode Tahun 2016-2020.....	3
Tabel 1.3 : Perkembangan Omzet UMKM di Kota Padang Tahun 2013- 2018.....	5
Tabel 1.4 : Fenomena Religiusitas pada UKM di Kota Padang.....	9
Tabel 2.1 : Kriteria Usaha Kecil dan Usaha Menengah.....	14
Tabel 2.2 : Klasifikasi Usaha Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	15
Tabel 2.3 : Penelitian yang Relevan.....	27
Tabel 3.1 : Definisi Operasional.....	37
Tabel 3.2 : Skor untuk Skala Likert.....	39
Tabel 3.3 : Tingkat Capaian responden.....	41
Tabel 3.4 : Hasil Uji Validitas untuk Item Pernyataan yang Tidak Valid...	43
Tabel 3.5 : Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.1 : Klasifikasi UKM Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	51
Tabel 4.2 : Jumlah dan Perkembangan UKM Kota Padang Periode Tahun 2016-2020.....	52
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan.....	54
Tabel 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Jabatan.....	55
Tabel 4.8 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi.....	56
Tabel 4.9 : Karakteristik Responden Berdasarkan Badan Usaha.....	57
Tabel 4.10 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	57
Tabel 4.11 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Beroperasi.....	58
Tabel 4.12 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tenaga Kerja.....	59
Tabel 4.13 : Karakteristik Responden Berdasarkan Aset.....	59

Tabel 4.14	:	Karakteristik Responden Berdasarkan Penjualan.....	60
Tabel 4.15	:	Deskripsi Variabel Kinerja UKM.....	61
Tabel 4.16	:	Deskripsi Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	65
Tabel 4.17	:	Deskripsi Variabel Religiusitas.....	73
Tabel 4.18	:	Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.19	:	Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4.20	:	Uji Linearitas.....	81
Tabel 4.21	:	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 : Uji Heteroskedastisitas.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Uji Coba Instrumen.....	100
Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Coba Instruen (N=30).....	108
Lampiran 3 : Hasil Uji Coba Instrumen (N=30).....	112
Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 5 : Tabulasi Data Penelitian (N=175).....	128
Lampiran 6 : Karakteristik Responden.....	149
Lampiran 7 : Karakteristik Perusahaan / UKM.....	151
Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik.....	153
Lampiran 9 : Analisis Regresi Linear Berganda.....	155

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Padang merupakan ibukota Provinsi Sumatera Barat. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Padang nomor 6 tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Padang tahun 2019 sampai tahun 2024, di mana Visi dari RPJMD Kota Padang adalah: *“Mewujudkan Masyarakat Kota Padang yang Madani Berbasis Pendidikan, Perdagangan, dan Pariwisata Unggul serta Berdaya Saing”*. Salah satu poin penting dari penjelasan visi tersebut adalah mewujudkan masyarakat madani yang berarti masyarakat perkotaan memiliki beberapa tatanan kehidupan demokratis, sikap menghargai kebijakan yang ada, dan sistem kehidupan yang beragama. Masyarakat madani memiliki kesamaan derajat antara adat dan budaya Minangkabau, karena masyarakat madani memiliki wawasan mengenai agama, adat, etika, dan moral yang dapat memberikan tanggapan dalam hal perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi (RPJMD, 2019).

Untuk dapat merealisasikan visi perdagangan yang berdaya saing sebagaimana yang dijelaskan di atas, maka perlu dukungan keberhasilan dari sektor Usaha Kecil Menengah (UKM). Kondisi ini dapat dipahami bahwa UKM telah terbukti memiliki peranan penting dalam menunjang keberhasilan perekonomian setiap negara maupun daerah termasuk Kota Padang. Hal ini sejalan dengan pendapat Hadiyati (2012) yang menjelaskan bahwa UKM mempunyai peranan yang penting dan bisa ditinjau dari berbagai aspek seperti

berpotensi besar dalam menciptakan lapangan kerja, berkontribusi terhadap pembentukan PDB, berkontribusi dalam memberikan sumbangan devisa negara karena memiliki kestabilan dalam nilai ekspor, memiliki jenis, ukuran, jumlah industri beragam yang tersedia pada setiap sektor perekonomian.

Berikut ini disajikan data sekunder mengenai jumlah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Provinsi Sumatera Barat Tahun 2020, yaitu:

Tabel 1.1. Jumlah UKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2020

No	Kabupaten /Kota	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah	Persentase (%)
	KABUPATEN				
1	Kepulauan Metawai	469	73	542	0,83
2	Pesisir Selatan	4.451	362	4.813	7,39
3	Solok	4.678	372	5.050	7,75
4	Sijunjung	2.042	193	2.235	3,43
5	Tanah Datar	3.330	358	3.688	5,66
6	Padang Pariaman	3.457	373	3.830	5,88
7	Agam	3.977	402	4.380	6,72
8	Limapuluh Kota	3.591	317	3.908	6,00
9	Pasaman	1.780	194	1.974	3,03
10	Solok Selatan	1.071	106	1.177	1,81
11	Dharmasraya	2.401	302	2.703	4,15
12	Pasaman Barat	3.836	450	4.286	6,58
	KOTA				
13	Padang	10.853	2.984	13.837	21,24
14	Solok	1.328	242	1.570	2,41
15	Sawah Lunto	539	96	635	0,97
16	Padang Panjang	990	184	1.174	1,80
17	Bukittingi	4.001	649	4.649	7,14
18	Payakumbuh	2.728	458	3.186	4,89
19	Pariaman	1.300	204	1.504	2,31
	Jumlah	56.822	8.319	65.140	100

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat (2021)

Berdasarkan tabel 1.1. di atas dapat dilihat bahwa mayoritas UKM di Sumatera Barat didominasi oleh UKM yang berada di Kota Padang yaitu sebanyak 13.837 usaha (21,24%). Hal ini memberikan makna bahwa performa

UKM di Kota Padang merupakan refleksi dari performa UKM Sumatera Barat. Selanjutnya, untuk memperoleh gambaran tentang jumlah dan perkembangan UKM di Kota Padang, dapat dilihat pada data sekunder berikut ini:

Tabel 1.2. Jumlah dan Perkembangan UKM Kota Padang Periode Tahun 2016-2020

Tahun	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah	Perkembangan (%)
2016	10.205	2.834	13.039	-
2017	10.363	2.878	13.241	1,55
2018	10.524	2.923	13.446	1,55
2019	10.687	2.968	13.655	1,55
2020	10.853	2.984	13.837	1,33

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat (2021)

Berdasarkan tabel 1.2. di atas, dapat dilihat bahwa jumlah UKM di Kota Padang mulai dari tahun 2016 sampai 2020 cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Misalkan pada tahun 2016 jumlah UKM tercatat sebanyak 13.039 di mana pada tahun berikutnya yaitu tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 1,55% atau menjadi 13.241. Peningkatan jumlah UKM tersebut terus berlangsung hingga tahun 2020 di mana jumlah UKM pada tahun tersebut adalah 13.837. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis UKM di Kota Padang dianggap sebagai bisnis yang memiliki prospek menjanjikan.

Disisi lain, peningkatan jumlah UKM di Kota Padang secara terus menerus dari tahun ketahun tentunya telah menciptakan tingkat persaingan yang ketat antar UKM itu sendiri. Oleh karena itu, setiap pelaku UKM di Kota Padang dituntut mampu mengembangkan berbagai strategi pemasaran agar mampu berkinerja tinggi dan pada akhirnya memenangkan persaingan tersebut. Salah satu aspek penting yang harus dicermati dalam memenangkan persaingan

adalah meraih kinerja yang baik bagi setiap organisasi termasuk pada UKM itu sendiri.

Kinerja UKM dapat diartikan sejauh mana tingkat kemampuan UKM melaksanakan pekerjaan demi mencapai tujuan yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, program, kebijakan, serta visi dan misi yang telah ditetapkan (Darmanto *et al*, 2018). Selanjutnya, Mustikowati dan Wilujeng (2020) menjelaskan bahwa tujuan dari kinerja bisnis termasuk UKM adalah untuk memperkirakan sejauh mana pengusaha dapat meningkatkan penjualan, laba, serta usaha yang telah dikembangkannya.

Munculnya kebijakan baru dari maskapai berbiaya hemat yaitu penghapusan layanan bagasi secara gratis yang menyebabkan terimbanya omzet UKM terutama UKM Kota Padang yang memproduksi berbagai produk oleh-oleh. Saat ini terjadi penurunan omzet UMKM di Kota Padang sebesar 35 hingga 50 persen (Kompas.id). Pengusaha oleh-oleh dari Christine Hakim (Christine) dan Ummi Afa Hakim (Rani) menjelaskan pada 30 Januari 2019 bahwa dengan adanya keputusan dari kebijakan maskapai tersebut berdampak pada usahanya yang menyebabkan penurunan omzet secara drastis. Jika kondisi ini tetap dibiarkan maka dapat menimbulkan kekhawatiran yang akan berimbas kepada tenaga kerjanya di masa yang akan datang (Kompas.id).

Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, Syuhandra menjelaskan pada tanggal 9 April 2020 bahwa persoalan yang tengah dihadapi oleh seluruh UMKM di Kota Padang adalah penurunan pendapatan omzet, terutama UMKM yang didominasi pada bidang kuliner dan kerajinan. Hal ini disebabkan oleh

adanya pandemi COVID-19 yang mengakibatkan seluruh pelaku usaha UMKM di Kota Padang mengeluhkan penurunan omzet secara drastis dan adanya kemungkinan penambahan angka UMKM di Kota Padang yang terdampak (Langgam.id).

Selanjutnya, dalam upaya lebih memahami fenomena kinerja UKM di Kota Padang, dapat dilihat dari data sekunder mengenai perkembangan omzet penjualan UMKM di Kota Padang (Rosa dan Idwar, 2019) yang mengutip data pada Badan Pusat Statistik tahun 2018 sebagai berikut:

**Tabel 1.3. Perkembangan Omzet UMKM di Kota Padang
Tahun 2013-2018**

Tahun	Omzet UMKM (Rp. Miliar)	Pertumbuhan (%)
2013	33.21	-
2014	35.52	6.96
2015	41.13	15.79
2016	47.26	14.90
2017	39.71	(15.98)
2018	42.17	6.19

Sumber: Badan Pusat Statistik (2018)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa omzet penjualan UMKM di Kota Padang dari tahun 2013 hingga tahun 2016 cenderung terus mengalami kenaikan yang berarti. Namun, sejak tahun 2016 omzet penjualan tersebut mengalami penurunan yang drastis sebagaimana yang ditunjukkan pada tahun 2017. Pada tahun 2016 besarnya jumlah omzet penjualan sebesar 47,26 (miliar), kemudian mengalami penurunan pada tahun 2017 menjadi 39,71 (miliar) atau mengalami penurunan sebesar 15.98% meskipun pada tahun terakhir (2018) sedikit mengalami kenaikan kembali.

Merujuk pada Laporan Keterangan Pertanggungjawaban (LKPJ) Walikota Padang pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang tahun 2015, sektor usaha UKM di Kota Padang secara umum dikelompokkan ke dalam beberapa jenis usaha yaitu (a) Bidang kuliner seperti usaha makanan, minuman yang dapat dijumpai melalui café, restoran, rumah makan, (b) Bidang industri makanan ringan seperti usaha aneka keripik, kerupuk, dan cemilan, (c) Bidang industri kerajinan tangan seperti usaha mebel, tenun, sulaman, (d) Bidang jasa seperti jasa percetakan, bengkel, salon, penjahit, fotografi, laundry, *event organizer, tour dan travel*, (e) Bidang pertanian seperti budidaya tanaman cabe, jagung, padi, dan lain-lain, (f) Bidang perikanan seperti budidaya ikan nila, lele, dan lain-lain, (g) Bidang peternakan seperti usaha peternakan sapi/kambing potong, sapi/kambing perah, ayam/itik potong, ayam/itik petelur, (h) Warung serba ada, dan (i) Pedagang kaki lima

Secara empiris, di antara variabel yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan termasuk kinerja UKM adalah orientasi kewirausahaan (Khan, 2020; Udayanga, 2020; Alvarez et al, 2019; Mustafa et al, 2019; Sellapan & Shanmugam, 2019). Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan sumber daya perusahaan yang dapat digunakan sebagai sarana atau peluang dalam menciptakan keunggulan kompetitif demi meningkatkan kinerja perusahaan, namun wujudnya tidak bisa dilihat (Kiyabo dan Isaga, 2020).

Menurut Taylor (2013) dalam Nuvriasari *et al.*, (2017) perusahaan yang mengimplementasikan orientasi kewirausahaan akan menghasilkan kinerja yang lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan

orientasi kewirausahaan. Alvarez *et al.* (2019) mengemukakan bahwa jika suatu UKM ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, para pelaku UKM dapat menerapkan orientasi kewirausahaan demi mempertahankan dan menunjang pertumbuhannya.

Untuk memahami fenomena terkait dengan orientasi kewirausahaan pada UKM di Kota Padang, maka dapat merujuk pada Laporan Keterangan Pertanggungjawaban (LKPJ) Walikota Padang pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang tahun 2014-2018, yang menegaskan bahwa masih **rendahnya tingkat kewirausahaan** yang dimiliki oleh pelaku UKM di kota Padang, masih belum profesionalnya pengolahan industri makanan dan kerajinan, rendahnya **inovasi** pada kemasan produk yang mengakibatkan daya tarik produk tersebut menjadi rendah, masih rendahnya tingkat **agresivitas** pelaku UKM ketika menghadapi kompetitor yang menyebabkan rendahnya daya saing hasil produksi UKM, adanya keterbatasan dalam hal kemampuan permodalan bagi UKM sehingga UKM menjadi sulit untuk berkembang, keterbatasan pelaku UKM saat menggunakan IT dalam memasarkan produk secara *online*. Berpedoman kepada LKPJ Walikota Padang di atas, dapat disimpulkan bahwa masih rendahnya implementasi orientasi kewirausahaan pada UKM di Kota Padang.

Variabel lain yang teridentifikasi secara empiris dapat mempengaruhi kinerja UKM selain orientasi kewirausahaan adalah religiusitas (Irfani *et al.*, 2016; Hunjra *et al.*, 2021). Religiusitas adalah suatu perasaan dan keyakinan kuat yang mendorong seseorang ketika menjalani aktivitas agama dalam

berbagai bentuk kegiatan ibadah dan dorongan untuk bertindak sesuai dengan keyakinannya dalam kehidupan sehari-hari (Ancok dan Suroso, 2011).

Dalam kehidupan individu, religiusitas dapat dijadikan sebagai sistem nilai yang terdiri dari beberapa norma tertentu, di mana norma-norma ini nantinya akan dijadikan sebagai pedoman seseorang dalam bertindak serta berperilaku sesuai dengan agama yang diyakininya (Irfani *et al.*, 2016). Sementara, dalam dunia kerja, konsep religiusitas dapat dijadikan sebagai acuan dalam memberikan semangat kerja serta memunculkan rasa tanggung jawab bagi seseorang (Irfani *et al.*, 2016).

Mustikowati dan Wilujeng (2020) menjelaskan bahwa religiusitas yang ada di dalam diri seseorang akan tercermin ketika mereka berinteraksi satu sama lain dalam suatu lingkungan yang dapat dibuktikan dengan sikap jujur, berakhlak, beretika, serta menanamkan sikap menghargai orang lain. Jika diilustrasikan di dalam perusahaan, seseorang yang menerapkan religiusitas dalam kehidupan kerjanya, maka akan memiliki pengaruh terhadap tingginya tingkat motivasi kerjanya dan tim dalam hal merespons sesuatu, cara berpikir, cara mengelola perasaannya, cara mengamati sesuatu, serta ketaatan seseorang tersebut pada hal yang diyakini dalam agamanya dan pada akhirnya akan berdampak positif pada kinerja organisasi (Elias *et al.*, 2019).

Disisi lain, religiusitas tersebut dapat kita lihat dari surat Asy-Syura Ayat 20 yang artinya: "*Barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki*

keuntungan di dunia, Kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bagian di akhirat.”

Untuk dapat mengungkap fenomena religiusitas pada UKM di Kota Padang, telah dilakukan survei kepada 20 pelaku UKM dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.4. Fenomena Religiusitas pada UKM di Kota Padang

No	Pernyataan	Jawaban					
		Tidak Setuju	(%)	Netral	(%)	Setuju	(%)
1.	Islam selalu membantu untuk menjadi lebih baik	1	5,0	1	5,0	18	90,0
2.	Meyakini bahwa dengan berdoa, dapat menghadapi berbagai halangan atau tantangan dalam kehidupan	6	30,0	1	5,0	13	65,0
3.	Meyakini bahwa Allah selalu membantu	0	0,0	2	10,0	18	90,0
4.	Selalu membaca Al-Quran sebagai sumber inspirasi dan motivasi	8	40,0	7	35,0	5	25,0
5.	Selalu melaksanakan qiamullail (seperti sholat/membaca Al-Quran/doa setelah tengah malam)	8	40,0	8	40,0	4	20,0
6.	Selalu melaksanakan sholat wajib secara teratur di masjid	9	45,0	7	35,0	4	20,0
7.	Selalu menyisihkan sebagian dari pendapatan bulanan untuk beramal atau bershadaqah	5	25,0	6	30,0	9	45,0
8.	Selalu berpuasa selama bulan Ramadhan	2	10,0	2	10,0	16	80,0
9.	Selalu sholat wajib lima kali sehari	1	5,0	2	10,0	17	85,0
10.	Selalu melaksanakan kewajiban zakat fitrah setiap tahunnya	0	0,0	1	5,0	19	95,0
11.	Selalu melaksanakan kewajiban zakat maal setiap tahunnya	11	55,0	4	20,0	5	25,0
Rata-rata		-	23,2	-	18,6	-	58,2

Sumber: Data Survei Awal yang Diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban dengan kategori setuju (58,2%), netral (18,6%) dan tidak setuju (23,2). Hal ini memberikan indikasi bahwa tingkat religiusitas pelaku UKM di Kota Padang masih tergolong cukup baik atau masih sangat jauh dari kategori sangat baik.

Dengan demikian, kondisi ini (*research gap*) menjadi hal yang menarik untuk diteliti secara empiris.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alvarez *et al.* (2019) yang mengkaji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM. Sementara penelitian ini menambahkan variabel lain sebagai variabel penentu kinerja UKM yaitu religiusitas. Adapun dasar pertimbangan menjadikan religiusitas sebagai variabel penentu terhadap kinerja UKM adalah ditemukan dukungan dari penelitian yang dilakukan oleh Hunjra *et al.* (2021) dan Irfani *et al.* (2016). Kedua peneliti tersebut membuktikan secara empiris bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Namun belum ditemukannya penelitian terdahulu yang menguji secara empiris dampak atau pengaruh religiusitas dan orientasi kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja UKM di Kota Padang.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena-fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Religiusitas terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah-masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. UKM di Kota Padang belum mampu menerapkan orientasi kewirausahaan dengan baik dalam memperoleh kinerja UKM

2. UKM di Kota Padang belum mampu menjelaskan dampak religiusitas dengan baik terhadap kinerja UKM

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian menjadi lebih terarah, fokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok pikiran. Oleh karena itu, penelitian ini membatasi masalah penelitian khususnya pengaruh orientasi kewirausahaan dan religiusitas terhadap kinerja UKM di Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM di Kota Padang?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap kinerja UKM di Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Kota Padang
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap kinerja UKM di Kota Padang

F. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah wawasan penulis di bidang pemasaran.

b. Bagi Ilmu Manajemen

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi karya ilmiah serta menjadi masukan untuk pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi pemilik UKM di Kota Padang dalam upaya meningkatkan kinerja UKM.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

a. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, dalam Pasal 1 Ayat 2 dan 3, Usaha Kecil Menengah (UKM) didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Usaha Kecil adalah 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;
- 2) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

b. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, dalam Pasal 6 Ayat 2 dan 3, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki kriteria sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kriteria Usaha Kecil dan Usaha Menengah

No	Kategori	Usaha Kecil (Rp. Juta)	Usaha Menengah (Rp. Juta)
1.	Kekayaan bersih	>50 – 500	>500 – 10.000
2.	Penjualan tahunan	>300 – 2.500	>2.500 – 50.000

Sumber: UU RI No. 20 Tahun 2008

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha pada usaha kecil adalah diatas Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah), sedangkan pada usaha menengah adalah diatas Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah). Selanjutnya, penjualan tahunan pada usaha kecil adalah diatas Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah), sementara pada usaha menengah adalah diatas Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

c. Klasifikasi Jumlah Tenaga Kerja untuk Setiap Jenis atau Kategori Usaha

Menurut Badan Pusat Statistik (2021), jumlah tenaga kerja untuk setiap jenis atau unit usaha diklasifikasikan menjadi empat kategori, yaitu:

Tabel 2.2 Klasifikasi Usaha Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

No	Klasifikasi	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)
1.	Usaha Rumah Tangga	1 – 4
2.	Usaha Kecil	5 – 19
3.	Usaha Menengah	20 – 99
4.	Usaha Besar	≥ 100

Sumber: BPS (2021)

d. Peranan UKM

Menurut Hadiyati (2012) terdapat beberapa peranan penting UKM apabila dilihat dari berbagai aspek, sebagai berikut:

- 1) Jenis, ukuran, jumlah industri beragam, dan tersedia pada setiap sektor perekonomian
- 2) Berpotensi besar dalam menciptakan lapangan kerja
- 3) UKM memiliki kontribusi yang cukup signifikan terhadap pembentukan PDB
- 4) UKM berkontribusi memberikan sumbangan kepada devisa negara karena memiliki kestabilan dalam nilai ekspor

e. Kendala dan Kelemahan UKM

Menurut Hadiyati (2012) berdasarkan hasil survey BPS, terdapat beberapa kendala dan kelemahan yang dihadapi oleh UKM, sebagai berikut:

- 1) Keterbatasan dalam bahan baku
- 2) Banyak yang kekurangan modal
- 3) Sulit melakukan pemasaran
- 4) Ketatnya persaingan usaha
- 5) Proses produksi dan keahlian yang kurang teknis

- 6) Kurangnya keterampilan manajerial (SDM)
- 7) Minimnya wawasan seputar manajemen seperti keuangan dan akuntansi

2. Kinerja UKM

a. Pengertian Kinerja UKM

Menurut Yildiz (2014), konsep kinerja dapat diilustrasikan sebagai bagaimana cara individu atau kelompok ketika ingin mencapai suatu tujuan. Sedangkan UKM merupakan suatu bentuk usaha yang dimiliki dan dijalani oleh seseorang atau badan usaha dengan kriteria tertentu (Wardi *et al.*, 2017).

Darmanto *et al.*, (2018) menjelaskan bahwa kinerja UKM adalah sejauh mana tingkat kemampuan UKM melaksanakan pekerjaan demi mencapai tujuan yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, program, kebijakan, serta visi dan misi yang telah ditetapkan. Dalam menjalankan tugasnya, seorang pemimpin dapat mengartikan kinerja sebagai sebuah konsep yang ditunjukkan oleh para pimpinan usaha ketika menjalankan tugasnya (Yildiz, 2014). Sementara Irfani *et al.* (2016) menjelaskan bahwa kinerja diperlukan saat mengukur pencapaian dari suatu pekerjaan yang telah dilakukan dan dapat ditinjau dari keberhasilan perusahaan atas usahanya dalam memperoleh tingkat pendapatan yang tinggi. Salah satu tujuan akhir yang ingin dicapai oleh setiap pengusaha adalah memperoleh kinerja bisnis yang baik.

Pengusaha bisa mewujudkan kinerja bisnis yang baik dengan cara meningkatkan beberapa aspek yang penting seperti volume penjualannya, pangsa pasarnya, keuntungannya, performanya, serta rasa puas yang dirasakan oleh stakeholder (Udiyana *et al.*, 2020). Hal ini sejalan dengan pendapat Mustikowati dan Wilujeng (2020), yang mengemukakan bahwa tujuan dari kinerja bisnis ini adalah untuk memperkirakan sejauh mana pengusaha dapat meningkatkan penjualan, laba, serta usaha yang telah dikembangkannya.

Menurut Putra dan Suparna (2020), manfaat dari kinerja bisnis adalah untuk memperkirakan sejauh mana pengaruh dari strategi perusahaan yang telah ditetapkan terhadap kompetitornya. Kinerja bisnis merupakan suatu proses yang membutuhkan rancangan dari strategi bisnis agar usaha yang dijalankan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkannya. Dalam mencapai tujuan perusahaan, setiap perusahaan harus bisa merencanakan standar dari pendapatan yang ingin diperoleh agar tujuan perusahaan dapat terjangkau secara efektif (Elias *et al.*, 2018).

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UKM sebagaimana yang dikemukakan oleh Purwaningsih dan Kusuma (2015) yang terdiri dari faktor internal dan eksternal, sebagai berikut:

- 1) Faktor internal terdiri dari lima aspek, yaitu:
 - a) Aspek sumber daya manusia

- b) Aspek keuangan
 - c) Aspek teknis produksi dan operasi
 - d) Aspek pasar dan pemasaran
- 2) Faktor eksternal terdiri dari tiga aspek, yaitu:
- a) Aspek kebijakan pemerintah sektor UKM
 - b) Aspek sosial, budaya, dan ekonomi
 - c) Aspek peranan lembaga terkait

Sementara berdasarkan kajian literatur empiris lainnya, ditemukan bahwa diantara faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UKM adalah orientasi kewirausahaan (Khan *et al.*, 2020; Udayanga, 2020; Alvarez *et al.*, 2019; Mustafa *et al.*, 2019; Sellappan & Shanmugam, 2019) dan religiusitas (Hunjra *et al.*, 2021; Irfani *et al.*, 2016)

c. Pengukuran Kinerja UKM

Variabel kinerja UKM diukur menggunakan 9 (sembilan) item pernyataan sebagaimana yang dikemukakan oleh Hunjra *et al.* (2021), sebagai berikut:

- 1) *Profitability* (Profitabilitas)
- 2) *Growth of sales and revenues* (Pertumbuhan penjualan dan pendapatan)
- 3) *Return on assets* (pengembalian asset)
- 4) *Trend of return on assets* (Tren laba atas asset)
- 5) *Market share* (Pangsa pasar)
- 6) *Operational and Cost Efficiency* (Efisiensi operasional dan biaya)

- 7) *Productivity* (Produktifias)
- 8) *Return on Sales* (Laba atas penjualan)
- 9) *Trend of return on sales* (Tren laba atas penjualan)

3. Orientasi Kewirausahaan

a. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan sumber daya perusahaan yang dapat digunakan sebagai sarana atau peluang dalam menciptakan keunggulan kompetitif demi meningkatkan kinerja perusahaan, namun wujudnya tidak bisa dilihat (Kiyabo dan Isaga, 2020). Pendapat yang relatif serupa dikemukakan oleh Duru *et al* (2018) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah proses strategis yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam memperoleh keunggulan kompetitif dan akan berdampak pada pertumbuhan dan meningkatnya kinerja UKM.

Sedangkan menurut Alvarez *et al.* (2019) orientasi kewirausahaan didefinisikan sebagai perilaku organisasi yang mencerminkan kapasitas serta gaya dari manajemen organisasi yang diwujudkan dengan lima orientasi seperti proaktif, keputusan dalam mengambil risiko, agresivitas dalam bersaing di pasar, sikap otonomi seperti keputusan ketika meluncurkan produk atau layanan dalam manajemen personalia, dan inovasi.

Orientasi kewirausahaan dapat dijadikan sebagai kunci sukses atas keberhasilan suatu usaha karena UKM yang menerapkan orientasi

kewirausahaan yang baik mampu mendorong pertumbuhan serta kelangsungan hidup usahanya (Alvarez *et al.*, 2019).

b. Pengukuran Orientasi Kewirausahaan

Menurut Alvarez *et al.* (2019), terdapat 5 (lima) indikator dengan 18 (delapan belas) pernyataan yang ada di dalam variabel orientasi kewirausahaan, sebagai berikut:

1) Innovation (Inovasi)

Menurut Lumpkin dan Dess (1996) dalam Campos *et al.* (2012), inovasi dapat dilihat ketika perusahaan memiliki kecenderungan dalam berkontribusi atas ide-ide baru, eksperimen, kebaruan, serta cara kreatif yang diwujudkan melalui proses teknologi, produk, serta layanan yang terbaru. Indikator inovasi dapat diukur menggunakan 3 (tiga) item pernyataan (Alvarez *et al.*, 2019), sebagai berikut:

- a) Aktif melakukan perbaikan dan berinovasi
- b) Metode operasi yang kreatif
- c) Selalu mencari cara baru saat bekerja

2) Risk Taking (Mengambil risiko)

Sikap mengambil risiko merupakan sikap berani ketika berpetualang pada hal yang tidak diketahui, meminjam banyak, serta melakukan sumber daya yang relevan atas upaya di lingkungan yang tidak pasti (Campos *et al.*, 2012). Indikator berani mengambil risiko

dapat diukur menggunakan 3 (tiga) item pernyataan (Alvarez *et al.*, 2019), sebagai berikut:

- a) Pengambil risiko merupakan atribut positif
- b) Mengambil risiko pada ide-ide baru
- c) Eksplorasi dan eksperimen

3) *Proactiveness* (Proaktif)

Proaktif merupakan sikap yang mampu mencari peluang dan memiliki wawasan atau pandangan yang jauh kedepan. Sikap proaktif dapat ditandai dengan sikap yang mampu memperkenalkan produk serta layanan baru di hadapan kompetitor serta mampu bertindak dalam mengantisipasi permintaan yang ada di masa yang akan datang (Campos *et al.*, 2012). Indikator proaktif dapat diukur dengan menggunakan 3 (tiga) item pernyataan (Alvarez *et al.*, 2019), sebagai berikut:

- a) Berinisiatif pada setiap situasi
- b) Menonjol di antara pesaing saat mendeteksi peluang
- c) Tindakan sebagai *market leader*

4) *Autonomy* (Otonomi)

Otonomi merupakan kapabilitas dalam bekerja secara mandiri sehingga dapat memutuskan dan mengambil tindakan yang sarannya adalah untuk memperoleh konsep atau visi bisnis agar bisa dibawa sampai tuntas (Campos *et al.*, 2012). Indikator otonomi

dapat diukur menggunakan 6 (enam) item pernyataan (Alvarez *et al.*, 2019), sebagai berikut:

- a) Pekerja dapat bertindak tanpa campur tangan atasan langsung
- b) Pekerja dapat melakukan perbaikan dengan cara sendiri
- c) Pekerja bebas memutuskan sendiri aktivitasnya
- d) Pekerja bebas berkomunikasi tanpa hambatan
- e) Pemberian kewenangan dan tanggung jawab
- f) Pekerja diberi akses untuk seluruh informasi bisnis yang penting

5) *Competitive aggressiveness* (Agresivitas kompetitif)

Agresivitas kompetitif mengacu kepada kesungguhan perusahaan dalam berupaya untuk mengalahkan pesaing. Agresivitas dapat ditandai dengan tanggapan yang agresif terhadap ancaman kompetitif (Campos *et al.*, 2012). Indikator agresivitas dapat diukur menggunakan 2 (dua) item pernyataan (Alvarez *et al.*, 2019), sebagai berikut:

- a) Perusahaan sangat kompetitif
- b) Perusahaan agresif dengan pesaing pasar
- c) Perusahaan membongkar dan meninggalkan pesaing pasar

4. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah suatu perasaan dan keyakinan kuat yang mendorong seseorang ketika menjalani aktivitas agama dalam

berbagai bentuk kegiatan ibadah dan dorongan untuk bertindak sesuai dengan keyakinannya dalam kehidupan sehari-hari (Ancok dan Suroso, 2011). Sementara Octaviani *et al* (2011) menyatakan bahwa religiusitas merupakan sesuatu yang bisa membuat seseorang atau kelompok terikat satu sama lain dalam bentuk hubungan antara Tuhan, lingkungan, dan sesama yang ada di sekitarnya.

Menurut Mustikowati dan Wilujeng (2018) religiusitas merupakan sesuatu hal yang bersifat mutlak di mana sumber dari segala kekuatannya adalah Tuhan. Konsep religiusitas menunjukkan seseorang yang memiliki keterikatan atas nilai-nilai serta prinsip agama yang dianutnya. Orang yang religius akan selalu berusaha untuk menjadi orang yang taat kepada Tuhan dengan cara mematuhi perintah dan menjauhi larangannya.

Menurut Tomes (1985) dalam Hunjra *et al* (2021) seseorang yang religius identik dengan sifat jujur, tekun, dan dapat diandalkan. Menurut Mustikowati dan Wilujeng (2020), religiusitas yang ada di dalam diri seseorang akan tercermin ketika mereka berinteraksi satu sama lain dalam suatu lingkungan yang dapat dibuktikan dengan sikap jujur, berakhlak, beretika, serta menanamkan sikap menghargai orang lain. Jika diilustrasikan di dalam perusahaan, seseorang yang menerapkan religiusitas dalam kehidupan kerjanya, maka akan memiliki pengaruh terhadap tingginya tingkat motivasi kerjanya dan tim dalam hal merespons sesuatu, cara berpikir, cara

mengelola perasaannya, cara mengamati sesuatu, serta ketaatan seseorang tersebut pada hal yang diyakini dalam agamanya (Elias *et al.*, 2019). Dengan demikian, Religiusitas merupakan kondisi yang mendorong seseorang untuk bersikap sesuai dengan seberapa besar keterikatannya atas nilai dan prinsip agama yang diyakininya yang diwujudkan dalam kehidupannya sehari-hari serta hubungannya antara Tuhan, lingkungan, dan sesamanya.

b. Pengukuran Religiusitas

Variabel religiusitas diukur menggunakan 11 (sebelas) item pernyataan. Berikut ini adalah item pernyataan dari variabel religiusitas yang dikemukakan oleh Hunjra (2021), sebagai berikut:

- 1) *Islam makes life better* (Islam membuat hidup menjadi lebih baik)
- 2) *Prayer* (Doa)
- 3) *Believe* (Kepercayaan)
- 4) *Al-Quran as a source of inspiration and motivation* (Al-Quran sebagai sumber inspirasi dan motivasi)
- 5) *Do qiamullail worship* (Melakukan ibadah *qiamullail*)
- 6) *Pray in the mosque* (Sholat di masjid)
- 7) *Charity* (Bersedekah)
- 8) *Fasting in the month of Ramadan* (Puasa di bulan Ramadhan)
- 9) *Pray five times a day* (Sholat lima kali sehari)
- 10) *Pay zakat fitrah* (Menunaikan zakat fitrah)
- 11) *Pay zakat maal* (Menunaikan zakat maal)

5. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM

Menurut Alvarez *et al.* (2019) orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja UKM, karena melalui orientasi kewirausahaan, pengusaha dapat membedakan perilaku organisasi yang merupakan cerminan dari kapasitas dan gaya tata kelola organisasi antara pengusaha dan manajer, orientasi mengenai pengambilan risiko, proses inovasi, pengenalan peluang, pendekatan pasar, serta pengambilan keputusan yang bisa mendorong pertumbuhan dan kelangsungan hidup UKM.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa orang-orang di seluruh dunia memiliki pemahaman terhadap pentingnya untuk mengembangkan orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja organisasi mereka menjadi lebih baik yang dapat ditunjukkan dengan adanya hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM, dengan demikian para pengusaha atau manajer harus memiliki orientasi kewirausahaan yang tepat agar bisa meningkatkan kinerja UKM.

Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Udayanga (2020) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UKM karena orientasi kewirausahaan diakui sebagai keterampilan penting yang diperluhan oleh pengusaha ketika bekerja demi meningkatkan kinerja UKM. Sellappan & Shanmugam (2019) juga menunjukkan bahwa suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila

mereka dapat memelihara derajat orientasi kewirausahaannya demi memperbesar hasil sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui lima faktor orientasi kewirausahaan. Menurut Mustafa *et al.* (2019), adanya hubungan positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM yang dilakukan dengan cara mempraktikkan indikator orientasi kewirausahaan tersebut agar bisa mengungguli pesaing. Dengan demikian dapat ditunjukkan bahwa secara garis besar orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha atau UKM.

6. Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja UKM

Irfani *et al* (2016) menjelaskan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Hal ini dapat dimaknai dimana seseorang yang religius dapat mewujudkan hubungan yang baik antara Tuhan, lingkungan, dan sesamanya karena dengan menanamkan konsep religiusitas dalam kehidupannya, maka ia akan selalu berusaha untuk taat kepada Tuhan dengan cara menaati segala perintah dan menjauhi larangannya.

Pendapat serupa juga ditunjukkan oleh Hunjra *et al* (2021) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Dalam menjalani aktivitas sehari-hari, para pengusaha yang memiliki tingkat religiusitas tinggi mampu menumbuhkan semangat dan motivasi yang tinggi karena setiap aktivitas yang dijalani, dilatar belakangi oleh keyakinan agama yang mampu membuat para pengusaha senantiasa untuk mendekatkan diri kepada Tuhan agar usaha yang dijalannya bisa sukses atau berhasil dan memberi keberkahan.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai kinerja UKM telah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu dengan menggunakan variabel bebas yang beragam serta objek penelitian yang juga beragam sebagai solusi atas pemecahan masalah. Berikut ini disajikan beberapa penelitian relevan yang dituangkan pada tabel 2.3. yaitu:

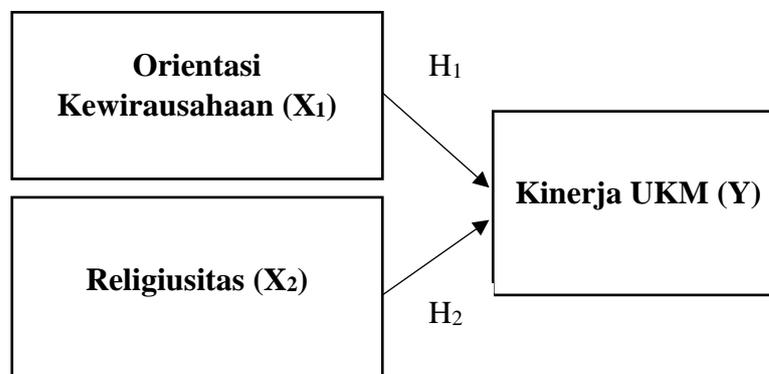
Tabel 2.3. Penelitian yang Relevan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Terkait	Hasil/Temuan
1.	Alvarez <i>et al.</i> (2019)	<i>Linking Entrepreneurial Orientation to SMEs' Performance Implications for Entrepreneurship Universities</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Entrepreneurial orientation</i> 2. <i>SMEs Performance</i> 	Hasil penelitian menunjukkan perusahaan yang mewujudkan orientasi kewirausahaan akan berdampak positif pada kinerja perusahaannya.
2.	Mustafa <i>et al.</i> (2019)	<i>The Moderating Effect of Entrepreneurial Culture and Government Support on The Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Firm Performance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Entrepreneurial Orientation</i> 2. <i>Entrepreneurial Culture</i> 3. <i>Government Support</i> 4. <i>Perceived Financial Firm Performance</i> 	Adanya hubungan positif yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan UKM.
3.	Sellappan & Shanmugam (2019)	<i>Delineating Entrepreneurial Orientation Efficacy on Retailer's Business Performance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Entrepreneurial Orientation</i> 2. <i>Business Performance</i> 	Orientasi kewirausahaan memiliki hubungan yang positif terhadap kinerja usaha
4.	Khan <i>et al.</i> (2020)	<i>Entrepreneurial orientation and performance of small and medium enterprises: Mediating effect of entrepreneurial competencies</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Entrepreneurial orientation</i> 2. <i>Entrepreneurial competencies</i> 3. <i>Enterprise performance</i> 	Adanya hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM.
5.	Udayanga (2020)	<i>Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Entrepreneurial orientation</i> 2. <i>Smes Performance</i> 	Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif

		<i>Empirical Investigation on Small and Medium Enterprises of Western Province in Sri Lanka</i>		secara <i>statistic</i> terhadap kinerja UKM.
6.	Irfani <i>et al.</i> (2016)	<i>Analysis of Religiosity and Responsibility of SMEs Loan Repayment</i>	1. <i>Religiosity</i> 2. <i>The credit refund</i> 3. <i>Performance of SMEs</i>	Religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UKM.
7.	Hunjra <i>et al.</i> (2021)	<i>How Does CSR Mediate The Relationship Between Culture, Religiosity and Firm Performance</i>	1. <i>CSR</i> 2. <i>Culture</i> 3. <i>Religiosity</i> 4. <i>Firm Performance</i>	Religiusitas berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran ini dimaksudkan sebagai konsep untuk menjelaskan dan menunjukkan persepsi keterkaitan antara variabel yang akan diteliti berdasarkan rumusan masalah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh orientasi kewirausahaan dan religiusitas terhadap kinerja UKM di Kota Padang. Berikut ini adalah kerangka konseptual dari penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya yang mana rumusan masalah tersebut dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2019). Berdasarkan teori dan bukti empiris yang ada, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Padang

H₂: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Padang

BAB V

PENUTUP

L. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Padang. Peningkatan kinerja UKM di Kota Padang dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan mengelola orientasi kewirausahaan yang dimiliki.
2. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Padang. Peningkatan kinerja UKM di Kota Padang dipengaruhi oleh tingkat religiusitas yang dimiliki oleh pelaku UKM di Kota Padang.

M. Saran

Berpedoman kepada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Organisasi / UKM Kota Padang

- a. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kinerja UKM di Kota Padang baru tergolong kedalam kategori cukup baik. Oleh karena disarankan kepada pelaku UKM di Kota Padang untuk dapat meningkatkan kinerja UKM dimasa yang akan datang dari kondisi cukup baik menjadi baik.

b. Salah satu upaya praktis yang dapat dilakukan oleh pelaku UKM di Kota Padang untuk meningkatkan kinerja UKM dimasa yang akan datang adalah dengan cara memperhatikan dan meningkatkan implementasi orientasi kewirausahaan. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa orientasi kewirausahaan merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi kinerja UKM di Kota Padang. Upaya konkrit yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan orientasi kewirausahaan adalah dengan cara memperhatikan dan meningkatkan item-item pernyataan yang masih memiliki skor rata-rata dan TCR rendah misalnya:

- 1) Para pekerja pada UKM di Kota Padang hendaknya diberikan wewenang agar dapat bertindak tanpa campur tangan atasan demi kepentingan perusahaan (otonomi).
- 2) Para pekerja pada UKM di Kota Padang hendaknya diberi kebebasan dalam memutuskan sendiri bagaimana cara mereka melakukan pekerjaan (otonomi).
- 3) Pelaku UKM di Kota Padang hendak lebih berusaha lagi untuk memenangkan persaingan (agresivitas kompetitif)
- 4) Para pekerja pada pada UKM Kota Padang hendaknya diberi izin untuk mengembangkan atau perbaiki metode kerja sehari-hari (otonomi).

- 5) Pelaku UKM Kota Padang hendak bertindak lebih dulu dalam memanfaatkan peluang meskipun kemudian akan ditanggapi oleh perusahaan lain atau pesaing dalam industri (proaktif)
- c. Upaya lain yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan kinerja UKM di Kota Padang di masa yang akan datang adalah dengan memperhatikan, mempertahankan dan bahkan meningkatkan penerapan religiusitas. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Padang. Upaya konkrit yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan religiusitas adalah dengan cara memperhatikan dan meningkatkan item-item pernyataan yang memiliki skor rata-rata dan TCR terendah misalnya:
- 1) Pelaku UKM di Kota Padang hendaknya selalu melaksanakan qiamullail (seperti sholat / membaca Al-Quran / doa tengah malam).
 - 2) Pelaku UKM di Kota Padang hendaknya selalu melaksanakan kewajiban zakat maal setiap tahunnya.
 - 3) Pelaku UKM di Kota Padang hendaknya selalu membaca Al-Quran sebagai sumber inspirasi dan motivasi
 - 4) Pelaku UKM di Kota Padang hendaknya selalu menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk beramal atau bershadaqah.

- 5) Pelaku UKM di Kota Padang hendaknya lebih meyakini bahwa dengan berdoa dapat menghadapi berbagai halangan atau tantangan dalam kehidupan.

2. Bagi Peneliti yang akan Datang

- a. Disarankan kepada peneliti yang akan datang dapat menambah dan mencari faktor-faktor atau variabel lain yang dapat meningkatkan kinerja UKM.
- b. Disarankan kepada peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya mengujinya pada UKM daerah lainnya untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana orientasi kewirausahaan dan religiusitas menjelaskan kinerja UKM pada daerah lain tersebut.
- c. Selain itu, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk berupaya menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak atau dapat pula menggunakan populasi sebagai responden untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

N. Keterbatasan

Sebagaimana lazimnya suatu penelitian, maka penelitian ini juga tidak terlepas dari keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya membatasi ruang lingkup kajiannya pada orientasi kewirausahaan dan religiusitas sebagai faktor penentu kinerja UKM di Kota Padang, sehingga faktor-faktor yang lain yang secara teoritis

berpotensi memiliki pengaruh terhadap kinerja UKM dianggap merupakan keterbatasan.

2. Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah jumlah sampel yang digunakan dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 175 orang pelaku UKM di Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afuan, M., Putra, R.B., dan Kumbara, V.B (2020). Pengaruh Pengalaman Kerja dan Beban Kerja terhadap Prestasi Kerja melalui Organizational Citizenship Behavior (OCB) Pegawai sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Bina Prtatama Sakato Jaya SS1. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Volume 2, Issue 1, September 2020.
- Alvarez Torres, F. J., Lopez Torres, G. C., & Schiuma, G. (2019). Linking entrepreneurial orientation to SMEs' performance: Implications for entrepreneurship universities. *Management Decision*, 57(12), 3364–3386.
- Ancok, Djamaludin, dan Suroso, Fuat Nashori. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Astini, R., & Yustian, Y. (2020). Pengaruh Product Price, Individual Personality Differences, Environmental Friendliness Pada Keputusan Pembelian. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol, 10, 141-149.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Klasifikasi Industri*. www.bps.go.id, diakses 27 Januari 2021.
- Campos, H. M., de la Parra, J. P. N., & Parellada, F. S. (2012). The Entrepreneurial Orientation-Dominant Logic-performance relationship in new ventures: An exploratory quantitative study. *BAR - Brazilian Administration Review*, 9(SPL. ISS), 60–77.
- Darmanto, Wardaya, Fransiscus Xaverius Sri, dan Sulistyani, Lilis. (2018). *Strategi Orientasi Pemasaran dan Kinerja Organisasi UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Departemen Agama RI. (2007). *Alquran dan Terjemahnya Terbitan Syaamil Alquran Edisi Special For Woman*. Bandung: Sygma.
- Doviyanto, R. (2021). Konsep Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Tenggarong. *Kurva S*, 8(1), 75-86.
- Duru, I., Ehidiamhen, P., & Chijioko, A. (2018). Role of Entrepreneurial Orientation in the Performance of Small and Medium Enterprises: Evidence from Federal Capital Territory, Abuja, Nigeria. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 6(1), 1–21.
- Elias, E. M., Mahidin, N., & Bahaudin, A. Y. (2019). The influence of religiosity leaderships practices towards the SMEs business performance in food and beverages industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(4), 1082–1088.