

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN KECIL INDUSTRI PAKAIAN JADI
DI KABUPATEN PASAMAN**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi*



Oleh:

**NOVIA NANDA
NIM. 2007/ 84889**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

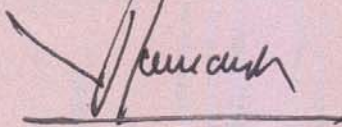
JUDUL : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN KECIL INDUSTRI PAKAIAN JADI DI
KABUPATEN PASAMAN

Nama : Novia Nanda
BP/ NIM : 2007 / 84889
Keahlian : Pemasaran
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2011

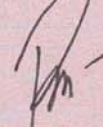
Disetujui Oleh :

PEMBIMBING I



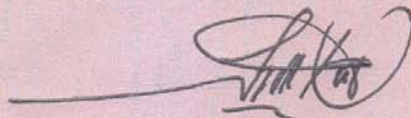
Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs. M.Si
NIP. 19591109 198403 1 002

PEMBIMBING II



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

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Susi Evanita, M.S.
NIP. 19630608 198703 2 002

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

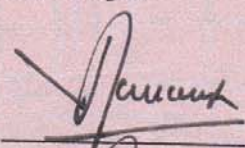
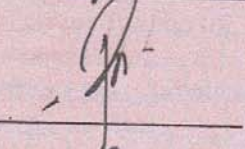
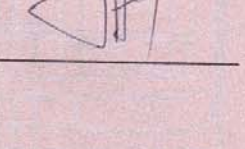
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN KECIL INDUSTRI PAKAIAN JADI DI KABUPATEN PASAMAN

Nama : Novia Nanda
BP/ NIM : 2007 / 84889
Keahlian : Pemasaran
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2011

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs. M.Si	1. 
2. Sekretaris : Perengki Susanto, S.E. M.Sc	2. 
3. Anggota : Dr. Susi Evanita, M.S.	3. 
4. Anggota : Rahmiati, S.E. M.Sc	4. 

ABSTRAK

Novia Nanda, 84889/ 2007 : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Kecil Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman

**Pembimbing : 1. Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs. M.Si
2. Perengki Susanto, SE. M.Sc**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil resiko terhadap kinerja perusahaan kecil industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil resiko terhadap kinerja perusahaan kecil industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan kecil industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman dengan pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling*. Adapun, teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis induktif dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan Uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) keinovasian berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan kecil industri pakaian jadi 2) keproaktifan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan kecil industri pakaian jadi 3) keberanian mengambil resiko berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan kecil industri pakaian jadi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka disarankan agar perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil resiko agar perusahaan juga dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis yang telah menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **"Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Kecil Industri Pakaian Jadi Di Kabupaten Pasaman"**. Ini, tidak lepas dari Rhido dan Rahmat Allah kepada hambaNya.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Disamping itu untuk menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

Ucapan terima kasih yang tulus dan ikhlas penulis ucapkan kepada Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs. M.Si selaku pembimbing I, dan Bapak Perengki Susanto S.E, M.Sc selaku pembimbing II dan selaku pembimbing akademis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan kepada penulis sampai selesainya skripsi ini. Hanya kepada Allah kita berserah diri, semoga amalan Bapak memperoleh balasan yang berlipat ganda dan semoga menjadi amal saleh bagi kita semua. *Amiin ya Rabbal Alamiin.*

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

2. Ibu Dr. Susi Evanita, M.S selaku ketua Program Studi Manajemen dan Bapak Abror, S.E, M.E. selaku sekretaris Program Studi Manajemen, dan Bapak Hendra Mianto, A.Md selaku Staf Tata Usaha Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Susi Evanita, M.S selaku penguji I, dan Ibu Rahmiati, S.E, M.Sc selaku penguji II yang telah memberikan masukan kepada penulis bagi penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama Penulis kuliah.
5. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kemudahan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan kemudahan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.
7. Ayahanda Ermanto (Alm) dan Ibunda Yeni Seva Anita beserta keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan baik materil maupun moril kepada Penulis sehingga Penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Almarhum yang semasa hidupnya telah memberikan dorongan dan semangat serta pengorbanan lahir dan bathin sehingga penulis berkesempatan untuk meraih ilmu yang setinggi tingginya.

8. Rekan-rekan Manajemen angkatan 2007 dan para senior angkatan 2006 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang senasib dan seperjuangan dengan Penulis yang telah memberikan dorongan sehingga Penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada seluruh pihak yang tidak disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa pengetahuan yang penulis miliki sangat terbatas, maka untuk itu saran dan kritik yang sifatnya membangun demi sempurnanya penulisan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Akhirnya kepada Allah penulis bermohon dan bersujud, semoga keikhlasan yang telah diberikan akan di balas-Nya dengan pahala berlipat ganda. Amiin.

Padang, Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Perumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11

BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori	13
1. Kinerja Perusahaan	13
2. Perusahaan Kecil	15
3. Orientasi Kewirausahaan	16
B. Penelitian yang Relevan	22

C. Kerangka Konseptual	24
D. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	26
B. Tempat dan waktu penelitian	26
C. Populasi dan Sampel	26
D. Jenis dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Variabel dan Defenisi Operasional	28
G. Instrumen Penelitian	30
H. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	42
B. Hasil Penelitian	45
1. Deskriptif Karakteristik Responden	45
2. Deskriptif Variabel Penelitian	47
C. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	53
1. Hasil Analisis	53
2. Pembahasan	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 66

B. Saran 66

DAFTAR PUSTAKA 76

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Perkembangan Jumlah UMKM	5
1.2. Perkembangan Jumlah Produksi	6
3.1. Pengambilan Sampel.....	33
3.2. Defenisi Operasional.....	39
3.3. Bobot Penilaian Skala Likert	40
3.4. Bobot Penilaian Skala Likert	40
3.5. Bobot Penilaian Skala Likert	41
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	53
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Penjualan Per bulan	54
4.4. Distribusi Frekwensi Variabel Keinovasian	56
4.5. Distribusi Frekwensi Variabel Keproaktifan	57
4.6. Distribusi Frekwensi Variabel Keberanian Mengambil Resiko	59
4.7. Distribusi Frekwensi Variabel Kinerja	60
4.8. Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov Test.....	62
4.9. Uji Multikolinearitas	63
4.10. Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.11. Model Summary.....	64
4.12. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	65
4.13. Uji F Statistik	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Konseptual	30
4.1. Struktur Organisasi Perusahaan Kecil.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisioner Penelitian	79
2. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian X1	83
3. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian X2	84
4. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian X3	85
5. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian Y	86
6. Reliability Variabel Keinovasian (X_1)	87
7. Reliability Variabel Keproaktifan (X_2)	88
8. Reliability Keberanian Mengambil Resiko (X_2)	89
9. Reliability Variabel Kinerja (Y)	90
10. Tabulasi Data Penelitian X1	91
11. Tabulasi Data Penelitian X2	92
12. Tabulasi Data Penelitian X3	93
13. Tabulasi Data Penelitian Y	94
14. Frekuensi Tabel	95
15. NPar Test	99
16. Uji Heterokedastisitas	100
17. Regresi	101
18. TDF	102
19. Surat Penelitian	
20. Surat Pernyataan Dari Perindagkop	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, Usaha kecil Menengah (UKM) sudah semakin pesat perkembangannya dan telah mencakup ke seluruh daerah di negara Indonesia. Keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) di setiap negara sangatlah besar peranannya dalam penyediaan lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha kecil menengah (UKM) meskipun kecil dalam skala jumlah pekerja, aset dan omzet, namun karena jumlahnya yang sangat banyak, maka peranan perusahaan kecil dan menengah tetap sangat penting dalam menunjang tingkat perekonomian suatu daerah, wilayah maupun negara (ITS, 2010).

Keberhasilan UKM menjadi sektor unggul dalam perekonomian Indonesia, salah satunya didukung rendahnya biaya pengembangan UKM dibanding usaha berskala besar. Hal ini berarti semua orang dapat berkiprah di sektor UKM asalkan memiliki kemauan dan tekad kuat untuk menggeluti usaha di sektor UKM. Dengan kata lain, UKM dapat dijadikan sebagai wahana menciptakan wirausaha-wirausaha baru yang memiliki kemauan kuat, tangguh dan mandiri (Susanto, 2010:135).

Kemampuan kewirausahaan yang dimiliki para wirausaha merupakan salah satu faktor penting penentu suksesnya kinerja UKM. Merujuk pada penelitian sebelumnya, bahwa para wirausaha UKM yang berorientasi

kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) menunjukkan hubungan yang positif terhadap kinerja UKM (Hult, Snow dan Kandemir, 2003). Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan dapat dikatakan sebagai variabel kunci dalam meningkatkan kinerja UKM.

Berdasarkan telaah penelitian sebelumnya mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM, sebagian besar peneliti cenderung menggabungkan perusahaan kecil dengan perusahaan menengah atau dengan istilah UKM. Selanjutnya sebagian besar peneliti tidak memisahkan kinerja perusahaan kecil (*small business*) dan menengah (*middle business*), kebanyakan langsung meneliti kinerja perusahaan kecil menengah, padahal secara konsep dan kriteria merupakan dua hal yang berbeda.

Berdasarkan Undang-Undang Usaha Mikro Kecil Menengah Nomor 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa perusahaan atau usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang atau perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, yang menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah maupun usaha besar yang memenuhi kriteria. Dikategorikan usaha kecil apabila memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,00 sampai dengan Rp 500.000.000,00 (diluar tanah dan bangunan) atau hasil penjualannya Rp 300.000.000,00 sampai Rp 2.500.000.000,00 per tahun. Sedangkan usaha atau perusahaan menengah adalah perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan Rp 10.000.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan

tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan Rp 50.000.000.000,00. Perbedaan konsep dan kriteria perusahaan kecil dengan perusahaan menengah menyebabkan perbedaan pada strategi bersaingnya.

Persaingan di sektor UKM semakin meningkat, kondisi ini tentunya sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Rogers (1994) dalam Mahmudi (2007: 6) mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja itu sendiri (*outcomes of work*) karena hasil kerja memberikan keterkaitan yang kuat terhadap tujuan-tujuan stratejik organisasi, kepuasan pelanggan dan kontribusi ekonomi. Menurut Jauch dan Glueck, 1988 dalam Suci R.P (2009: 48-49), Kinerja (*performa*) perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat turn over dan pangsa pasar yang diraihinya. Oleh sebab itu, pengusaha harus jeli menentukan strategi perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan nantinya.

Untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam lingkungan dinamis penuh ketidakpastian dan intensitas persaingan yang tinggi, peran dari orientasi kewirausahaan sangat dibutuhkan. Oleh sebab itu, saat ini orientasi kewirausahaan telah menjadi sesuatu yang kritis dan mendesak bagi perusahaan yang menghadapi persaingan dan tekanan dalam pasar yang terus meningkat. Lumpkin dan Dess (1996) juga mereferensikan pentingnya penerapan konsep orientasi wirausaha pada perusahaan. Oleh sebab itu, dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis, pengusaha harus terus mencari dan

terus belajar menanggulangi ketidakpastian agar fungsi strategisnya dapat lebih kompetitif.

Sebagian besar peneliti dalam konteks perusahaan kecil secara dominan menggunakan tiga dimensi dari orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) yakni keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil resiko (Kreiser et al, 2002; Tang et al, 2008; Susanto, 2010). Miller (1983) mengatakan bahwa konsep operasional dari orientasi wirausaha adalah harus berani menjadi yang pertama dalam inovasi produk pasar, berani mengambil resiko, dan melakukan tindakan proaktif agar dapat mengalahkan pesaing. Perusahaan yang berorientasi wirausaha adalah pengambil resiko, tidak sama seperti perusahaan konservatif yang sifatnya cenderung bertahan dan menghindari resiko dalam upaya untuk mempertahankan keberhasilan yang lalu (Lumpkin dan Dess, 1996). Dengan demikian, pada perusahaan yang dalam kondisi ketidakpastian, orientasi kewirausahaan adalah merupakan sesuatu pendekatan yang penting bagi organisasi atau perusahaan.

Konsensus dalam literatur manajemen stratejik dan kewirausahaan telah menawarkan tiga landasan dimensi dari kecendrungan organisasi untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil resiko, dan sifat proaktif (Matsuno, Mentzer dan Ozsomer, 2002: 19). Disini berarti bahwa manajemen perusahaan memiliki tingkat aplikasi kegiatan yang berorientasi pada hasil-hasil yang inovatif, proses yang proaktif, dan kecendrungan keberanian mengambil resiko yang tinggi adalah manajemen yang berupaya meningkatkan kinerja bisnis atau perusahaannya.

Dalam studi yang dilakukan Lumpkin dan Dess (1996: 151) mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kunci dalam mencapai perusahaan sukses.

Fenomena permasalahan-permasalahan dalam beberapa hasil penelitian terdahulu juga terjadi dalam perusahaan atau industri kecil pakaian jadi khususnya di Kabupaten Pasaman. Kebanyakan perusahaan kecil, khususnya industri pakaian jadi tidak dapat bertahan melawan persaingan yang semakin ketat.

Data yang menunjukkan perkembangan UMKM di Kabupaten Pasaman, terlihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1.1: Perkembangan Jumlah UMKM Tahun 2007-2010

No	Jumlah Unit					Pertambahan	
	Skala Usaha	2007	2008	2009	2010	Jumlah	%
1	Usaha Mikro	1992	2106	2211	2236	244	12,3
2	Usaha Kecil	447	452	461	468	21	8,5
3	Usaha Menengah	238	253	264	271	33	13,9
	UMKM	2477	2611	2736	2775	298	12,03
4	Usaha Besar	2	5	7	7	5	25
	Jumlah	2479	2616	2743	2782	303	12,2

Sumber : Perindakop Kabupaten Pasaman, 2010

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, terdapat 468 unit perusahaan kecil di tahun 2010, 54 unit merupakan industri pakaian jadi. Dapat dilihat bahwa secara keseluruhan perkembangan usaha kecil terlihat tidak berkembang.

Data yang menunjukkan perkembangan jumlah produksi Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman tahun 2007-2010, terlihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 1.2: Perkembangan Jumlah Produksi Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman Tahun 2007-2010

No	Jumlah Produksi					Satuan
	Nama Usaha	2007	2008	2009	2010	Stel
1	Usaha Leli	1200	1200	1200	1200	Stel
2	Wit Busana	960	960	960	960	Stel
3	Id Collection	1440	1400	1320	1300	Stel
4	Necis	3960	3900	3800	3700	Stel
5	Den Busana	3120	3200	3000	2800	Stel
6	Ar	660	650	650	650	Stel
7	Usaha Muda Karya	1870	1850	1800	1750	Stel
8	Usaha Kreatif	1250	1440	1300	1300	Stel
9	Yen	1000	1000	1100	900	Stel
10	Ris Busana	750	750	800	800	Stel
11	As-Sauda	850	850	850	850	Stel
12	Makmur	1200	1200	1200	1200	Stel
13	Dia Busana	1350	1200	1200	1100	Stel
14	Her Konveksi	950	950	1000	800	Stel
15	Ramayana	1450	1500	1300	1300	Stel
16	Usaha Jun	750	800	650	650	Stel
17	Yur Collection	1900	1950	1850	1850	Stel
18	Nasril Busana	1850	1850	1850	1700	Stel
19	Mekar	2450	2400	2500	2300	Stel
20	Putri Bersaudara	2150	2100	2100	2100	Stel
21	Rahmad Busana	2550	2550	2500	2000	Stel
22	M.Z	2700	2540	2540	2540	Stel
23	Mitra	900	900	900	900	Stel
24	Remaja Busana	3150	3150	3200	3100	Stel
25	Style Konveksi	2800	2800	2800	2800	Stel
26	Jun Busana	600	600	600	650	Stel
27	Mus Collection	1850	1700	1750	1650	Stel
28	Sederhana	1100	1100	1100	1100	Stel
29	Usaha Mul	1680	1600	1550	1550	Stel
30	Trophy	1350	1350	1350	1350	Stel
31	Reza	1780	1800	1850	1600	Stel
32	Yanti	1850	1850	1850	1850	Stel
33	Usaha Srial	750	750	750	750	Stel
34	Metro	3500	3650	3650	3450	Stel
35	Marvel	2300	2250	2150	2150	Stel
36	Budi Fashion	1700	1400	1400	1400	Stel
37	CV. Rezky Pratama	3650	3700	3500	3300	Stel
38	Oris	1650	1650	1500	1500	Stel
39	Zahra	1350	1350	1480	1350	Stel
40	Damai Busana	2430	2450	2300	2300	Stel
41	Her	1500	1500	1500	1500	Stel

42	Ideal	1750	1750	1600	1600	Stel
43	Cilacap	850	850	900	700	Stel
44	Lubrata	1200	1250	1250	1150	Stel
45	CV. Ditya	3350	3350	3200	3000	Stel
46	Surya Abadi	1600	1600	1600	1500	Stel
47	Family Busana	1450	1480	1500	1420	Stel
48	Nini	2650	2600	2600	2600	Stel
49	Beringin Live	2980	2980	3100	3000	Stel
50	Ita	700	700	700	700	Stel
51	Butet	1000	1200	900	900	Stel
52	Mutya	1750	1850	1600	1600	Stel
53	Usaha yetti	950	900	900	900	Stel
54	Usaha Rum	1100	1000	800	900	Stel

Sumber : Perindakop Kabupaten Pasaman, 2010

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa kinerja perusahaan cenderung tidak stabil. Hal ini dikarenakan bahwa jumlah produksi mereka tiap tahunnya selalu berfluktuasi atau dengan kata lain jumlah produksi mereka tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan atau penurunan. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan kurang melakukan inovasi, padahal inovasi merupakan kunci utama perusahaan menuju sukses, pengusaha kurang proaktif dan kurang berani mengambil resiko. Apabila perusahaan tidak melakukan inovasi terhadap produknya, maka produk tidak akan sesuai lagi dengan selera konsumen dan sulit untuk bersaing di pasar, sehingga permintaan akan menurun dan produksi perusahaan menjadi berkurang. Tentunya hal ini juga mempengaruhi kinerja perusahaan. Pengusaha juga kurang tanggap terhadap hal-hal baru, kurang mencari peluang-peluang baru yang menguntungkan serta kurang berani mengambil resiko, sehingga perusahaan kurang memiliki daya saing di pasar dan sulit untuk bertahan. Tentunya hal ini juga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh sebab itu pengusaha harus melakukan inovasi terhadap produk, proaktif mencari

peluang-peluang baru dan berani mengambil resiko agar kinerja perusahaan selalu mengalami peningkatan.

Modal merupakan salah satu faktor penunjang perusahaan untuk dapat berkembang. Modal yang tidak mencukupi tidak menutup kemungkinan perusahaan kecil dapat menerapkan orientasi kewirausahaan. Jadi, modal yang tidak mencukupi tidak dapat dijadikan alasan perusahaan untuk tidak dapat berkembang dan menerapkan orientasi kewirausahaan karena dengan modal yang ada perusahaan harus bisa melakukan inovasi, proaktif terhadap hal-hal yang baru serta berani mengambil resiko. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh (Drucker) bahwa dalam memulai sebuah usaha atau inovasi dilakukan atau disarankan untuk terfokus, dimulai dari yang kecil berdasarkan sumber daya yang kita miliki. Jadi, orientasi kewirausahaan perlu dan harus diterapkan pada perusahaan walaupun modal tidak mencukupi.

Maju mundurnya perusahaan kecil sangat bergantung pada pemilik yang meliputi kemampuannya dalam menerapkan orientasi kewirausahaan. Sehingga tidak jarang bisa ditemukan usaha kecil bisa tumbuh kuat. Oleh sebab itu, agar perusahaan berkinerja dan memiliki daya saing yang tinggi tidak hanya modal besar yang dibutuhkan perusahaan, faktor utama yang harus dimiliki perusahaan adalah adanya orientasi kewirausahaan yang diterapkan pada perusahaan. Perusahaan harus mampu melakukan inovasi, proaktif terhadap hal-hal yang baru, serta berani mengambil resiko.

Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan (Mas'ud dan Mahmud, 2002: 19). Schumpeter dalam Runyan, Droge and

Swenney (2008: 569) menggambarkan bahwa seorang wirausaha adalah seorang inovator. Lumpkin dan Dess (1996: 142), mengatakan bahwa kecenderungan perusahaan untuk berinovasi (*innovativeness*) mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk menggunakan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen dan proses kreatif yang mungkin berhasil dalam memperkenalkan produk atau jasa baru, hal-hal baru atau proses teknologi. Jadi, inovasi merupakan kemauan dasar untuk meningkatkan teknologi atau praktik-praktik yang lama dan sudah ada untuk mencari hal-hal baru untuk menuju ke arah yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian frese, Brantjes dan Hoorn (2002: 263), kecenderungan perusahaan untuk berinovasi (*innovativeness*) secara positif berhubungan dengan sukses perusahaan karena dengan ide baru, perusahaan dapat menangkap segmen penting dalam pasar. Jadi, tingkat inovasi yang tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan. Berarti, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan penilaian serta ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif untuk dapat beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis.

Kedua, orientasi kewirausahaan yaitu proaktif. Menurut Lumpkin dan Dess (1996), sikap proaktif mengacu pada perspektif cara pandang ke depan dalam pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul. Disini, perusahaan yang proaktif akan menjadi pemimpin dari pada pengikut, karena memiliki kemampuan dalam mempelajari keterampilan-keterampilan baru. Jadi proaktif merupakan tipe seorang wirausaha yang tidak hanya dituntut bisa beradaptasi

terhadap perubahan lingkungan, tetapi juga harus dapat mengambil inisiatif langkah penyelesaian apa yang harus dikerjakan. Oleh sebab itu, Perusahaan yang proaktif cepat menangkap peluang dan akan memiliki daya saing yang tinggi dalam persaingan sedangkan kinerja perusahaan akan menjadi lebih baik.

Ketiga dari orientasi kewirausahaan adalah keberanian mengambil resiko (*risk taking*). Menurut Suryana (2003: 21) :

Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan dari pada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai resiko yang terlalu rendah atau yang terlalu tinggi. Resiko yang terlalu rendah akan memperoleh sukses yang relatif rendah. Sebaliknya, resiko yang tinggi kemungkinan memperoleh sukses yang tinggi, tetapi dengan kegagalan yang sangat tinggi.

Bajaro dalam Suryana (2003: 21) mengatakan bahwa seorang wirausaha yang berani menanggung resiko adalah orang yang selalu jadi pemenang dan memenangkann dengan cara yang baik. Jadi, kemampuan dan kemauan mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama perusahaan. Perusahaan yang tidak mau mengambil resiko akan sukar memulai dan berinisiatif. Oleh sebab itu, keberanian mengambil resiko sangat perlu diterapkan dalam perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam. Bahkan orientasi kewirausahaan yang identik dengan bagaimana melibatkan pengukuran resiko sudah tentu akan memberikan efek langsung pada kinerja perusahaan. Sebagaimana yang ditemukan oleh Susanto (2010: 139), kinerja perusahaan kecil dipengaruhi oleh dimensi keberanian mengambil resiko.

Dalam tahun-tahun mendatang, industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman nampaknya akan mengalami peningkatan yang ditunjang oleh beberapa faktor yaitu (Reversion, 1998 dalam Suryanita, 2006 6), a) merupakan pilihan potensial karena hanya memerlukan modal yang kecil, b) faktor keunggulan yang komparatif karena tidak memerlukan tenaga kerja yang tidak terlalu banyak, c) dalam proses produksinya dapat menggunakan teknologi yang sederhana, dan d) jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar dan cukup konsumtif merupakan potensi pasar yang cukup besar pula sebagai pengguna produk.

Pendatang baru semakin mudah masuk dari waktu ke waktu dan perubahan-perubahan berlangsung sedemikian cepat. Perusahaan yang kurang jeli akan menghadapi berbagai permasalahan sehingga dengan alasan inilah diperlukan kemampuan dan kreatifitas wirausaha dengan program-program pemasaran untuk dapat terus bertahan dalam dunia bisnis. Disinilah orientasi kewirausahaan sangat perlu diterapkan, pengusaha harus mampu berinovasi, mampu mengambil resiko, serta bersikap proaktif yang cepat tanggap terhadap perkembangan persaingan yang akan mengoptimalkan kinerja perusahaan nantinya.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan Kecil Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya kebanyakan sering menggabungkan kinerja perusahaan kecil dan menengah atau dengan istilah UKM, padahal perusahaan tersebut secara konsep dan criteria merupakan dua hal yang berbeda, sehingga perlu dilakukan pengujian secara spesifik pada perusahaan kecil.
2. Semakin ketatnya persaingan di sektor UKM, membuat kinerja perusahaan menjadi tidak stabil. Dapat dilihat pada perkembangan jumlah produksi perusahaan tiap tahunnya mengalami peningkatan atau penurunan.
3. Perkembangan jumlah produksi perusahaan tiap tahunnya tidak stabil, hal ini diduga disebabkan karena kurangnya inovasi terhadap produk, proaktif terhadap perubahan pasar dan berani mengambil resiko, sehingga produk tidak sesuai lagi dengan selera konsumen dan permintaan menjadi menurun.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, terdapat banyak variabel yang diduga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan kecil, namun penulis membatasi penelitian ini pada pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Sejahteramana pengaruh keinovasian terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman?
2. Sejahteramana pengaruh sifat keproaktifan Terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman?
3. Sejahteramana pengaruh keberanian mengambil resiko terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman.
2. Untuk mengetahui pengaruh sifat Keproaktifan terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman.
3. Untuk mengetahui pengaruh Keberanian Mengambil Resiko terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu Manajemen Pemasaran, bagi penulis dan bagi perusahaan.

1. Bagi penulis

Penelitian ini adalah untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah di peroleh selama mengikuti pendidikan di FE UNP, serta melatih diri, menambah wawasan keilmuan dalam manajemen pemasaran, sekaligus sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S1 dalam Bidang Pemasaran.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen Pemasaran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan Kecil Industri Pakaian di Kabupaten Pasaman.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman dalam permasalahan manajemen pemasaran khususnya lebih mengetahui bagaimana Orientasi Kewirausahaan sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, yaitu kemampuan berinovasi, proaktif dan keberanian mengambil resiko. Sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

4. Hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi para peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian dan pembahasan terhadap masalah yang sama pada masa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Kinerja Perusahaan

a. Pengertian Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja sebuah perusahaan adalah hal yang sangat menentukan dalam perkembangan perusahaan. Tujuan perusahaan yang terdiri dari : tetap berdiri atau eksis (*survive*), untuk memperoleh laba (*benefit*) dan dapat berkembang (*growth*), dapat tercapai apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik. Kinerja (*performa*) perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat turn over dan pangsa pasar yang diraihny (Jauch dan Glueck, 1988 dalam Suci, 2009: 48-49).

Menurut Wibowo (2008), kinerja berasal dari pengertian performance. Adapun pengertian performance sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun sebenarnya kinerja mempunyai makna luas, tidak hanya hasil kerja tetapi bagaimana proses pekerjaan berlangsung. sedangkan Amstrong dan Baron (1998), mengemukakan bahwa kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi.

Menurut beberapa ahli dalam Rivai (2005: 14), ada beberapa pengertian kinerja, yaitu :

- 1) Kinerja merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan sesuatu pekerjaan yang diminta (Stolovitch and Keeps: 1992).
- 2) Kinerja merupakan salah satu kumpulan total dari kerja yang ada pada diri pekerja (Griffin: 1987).
- 3) Kinerja dipengaruhi oleh tujuan (Mondy and Premeaux:1993).
- 4) Kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik (Donelly, Gibson, and Ivancevich: 1994).

Menurut Rogers (1994) dalam Mahmudi (2007: 6) kinerja didefinisikan sebagai hasil kerja itu sendiri (*outcomes of work*) karena hasil kerja memberikan keterkaitan yang kuat terhadap tujuan-tujuan strategik organisasi, kepuasan pelanggan dan kontribusi ekonomi.

Menurut Mahmudi (2007: 20), kinerja merupakan suatu konstruk multidimensional yang mencakup banyak faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah:

- 1) Faktor personal atau individual, meliputi: pengetahuan, keterampilan, skill, kemampuan, kepercayaan diri, motivasi, dan komitmen yang dimiliki oleh setiap individu.

- 2) Faktor kepemimpinan, meliputi: kualitas dalam memberikan dorongan, semangat, arahan dan dukungan yang diberikan manajer dan team leader.
- 3) Faktor tim, meliputi: kualitas dukungan dan semangat yang diberikan oleh rekan dalam satu tim, kepercayaan terhadap sesama anggota tim, kekompakan dan keeratan anggota tim.
- 4) Faktor sistem, meliputi: sistem kerja, fasilitas kerja, insfrastruktur yang diberikan oleh organisasi, proses organisasi dan kultur kinerja dalam organisasi.
- 5) Faktor kontekstual (situasional), meliputi tekanan dan perubahan lingkungan eksternal dan internal.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan hasil kerja yang dapat dicapai dalam suatu organisasi dalam periode waktu tertentu.

2. Perusahaan Kecil

a. Pengertian Perusahaan Kecil

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah/ UMKM (pasal 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.

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Usaha Kecil. Yaitu: "kegiatan ekonomi masyarakat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil pendapatan tahunan, serta kepemilikan, sebagaimana yang ditentukan dalam Undang-Undang ini". Pengertian disini mencakup usaha kecil informal, yaitu usaha yang belum di daftar, belum dicatat, dan belum berbadan hukum, sebagaimana yang ditentukan oleh instansi yang berwenang.

b. Kriteria Perusahaan Kecil

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah/ UMKM (pasal 6), kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut :

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan Kriteria Usaha Kecil (*Small Enterprise*) Menurut World Bank adalah sebagai berikut :

- 1) Jumlah karyawan kurang dari 30 orang
- 2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta
- 3) Jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta

Kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah)
- 3) Milik Warga Negara Indonesia
- 4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
- 5) Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Kriteria Usaha Kecil Negara Malaysia adalah sebagai berikut :

- 1) Small Industry (SI), dengan kriteria jumlah karyawan 5 – 50 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah M \$ 500 ribu

Kriteria Usaha Kecil dan Menengah Negara Jepang adalah sebagai berikut :

- 1) Mining and manufacturing, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 300 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah US\$2,5 juta.
- 2) Wholesale, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 100 orang atau jumlah modal saham sampai US\$ 840 ribu
- 3) Retail, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 54 orang atau jumlah modal saham sampai US\$ 820 ribu
- 4) Service, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 100 orang atau jumlah modal saham sampai US\$ 420 ribu

Kriteria Usaha Kecil menurut European Commision adalah sebagai berikut :

- 1) Jumlah karyawan kurang dari 50 orang
- 2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 10 juta
- 3) Jumlah aset tidak melebihi \$ 13 juta

3. Orientasi Kewirausahaan

a. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Menurut Lumpkin dan Dess (1996: 136) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai sebuah proses, praktek dan pengambilan keputusan yang tujuannya untuk memperoleh hal-hal yang baru.

Sedangkan Runyan, Droge, dan Swinney (2008: 569) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah suatu keadaan yang memperlihatkan kecenderungan wirausaha dalam melakukan inovasi, keproaktifan dan pengambilan resiko.

Jadi, orientasi kewirausahaan adalah suatu orientasi yang mengedepankan kepekaan dan upaya bagaimana memanfaatkan peluang dengan memanfaatkan hasil-hasil inovasi dan penemuan yang ada.

b. Dimensi Orientasi Kewirausahaan

Tang, et al, (2008); Susanto, (2010), memperkenalkan dimensi spesifik dari orientasi Kewirausahaan atas tiga dimensi, yaitu:

- 1) Keinovasian

Inovasi merupakan titik mula dan sebagai penanda apakah sebuah perusahaan akan dapat bersaing dengan perusahaan lain (Wibisono, 2002:

110). Senada dengan yang di ungkapkan oleh Kuratko dan Hodgetts (2007: 154) yang mengatakan bahwa inovasi merupakan kunci utama dalam proses kewirausahaan.

Menurut Kuratko dan Hodgetts (2007: 154-155)

Inovasi merupakan fungsi spesifik dari kewirausahaan, itu merupakan sebuah cara yang mana para wirausaha bisa melakukan dengan menciptakan sumber daya baru yang optimal atau memperbaharui sumber daya yang telah ada dengan meningkatkan kekayaan potensial.

Inovasi adalah proses dimana wirausaha menjadikan peluang sebagai ide-ide yang dapat dipasarkan. Itu merupakan sebuah cara yang mana mereka menjadi pembaharu perubahan

Menurut Lumpkin dan Dess (1996), dimensi inovasi mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk menggunakan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen dan proses kreatif yang mungkin berhasil dalam memperkenalkan produk atau jasa baru, hal-hal baru atau proses teknologi.

Levitt dalam Suryana (2003: 23), mengemukakan bahwa definisi kreatifitas adalah berpikir sesuatu yang baru (*thinking new things*) dan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru (*doing new things*).

Kuratko dan Hodgetts (2007), mengemukakan bahwa ada empat tipe dasar dari inovasi, yaitu :

- a) Penemuan, yaitu menciptakan suatu produk baru, layanan atau proses yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini sering disebut revolusioner.

- b) Pengembangan, yaitu mengembangkan produk, layanan atau proses yang telah ada. konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada menjadi berbeda.
- c) Duplikasi atau Memperbanyak, yaitu meniru produk, layanan atau proses yang telah ada. Meskipun demikian, upaya duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan.
- d) Sintesis atau perpaduan, yaitu mengkombinasikan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik (Wirasasmita dalam Suryana, 2003: 23). Ciri-cirinya adalah sebagai berikut : a. Tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, meskipun cara tersebut cukup baik, b. Selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaannya, c. Selalu ingin tampil berbeda atau selalu memanfaatkan perbedaan.

Rahasia kewirausahaan dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa terletak pada penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi setiap hari. Berinisiatif adalah mengerjakan sesuatu tanpa menunggu perintah.

Kebiasaan berinisiatif akan melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah dibiasakan berulang-ulang dan melahirkan inovasi (Suryana, 2003: 24).

Hagen dalam Suryana (2003: 24), mengemukakan tentang ciri-ciri *innovational personality* yang kreatif sebagai berikut :

- a) *Openness to experience*, yaitu terbuka terhadap pengalaman. Ia selalu berminat dan tanggap terhadap gejala di sekitar kehidupannya dan sadar bahwa didalamnya terdapat individu yang berperilaku sistematis.
- b) *Creative imagination*, yaitu kreatif dalam berimajinasi. Wirausaha memiliki kemampuan untuk bekerja dengan penuh imajinasi.
- c) *Confidence and content in one's own evaluation.*, yaitu cakap dan memiliki keyakinan atas penilaian dirinya dan teguh pendirian.
- d) *Satisfaction in facing and attacking problems and in resolving confusion or inconsistency*, yaitu selalu memiliki kepuasan dalam menghadapi dan memecahkan persoalan.
- e) *Has a duty or responsibility to achieve*, yaitu memiliki tugas dan rasa tanggung jawab untuk berprestasi.
- f) *Intelligence and energetic*, yaitu memiliki kecerdasan dan energik.

2) Keproaktifan

Menurut Lumpkin dan Dess (1996), sikap proaktif mengacu pada perspektif cara pandang ke depan dalam pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul. Jadi, Jadi proaktif merupakan tipe seorang wirausaha yang tidak hanya dituntut bisa beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, tetapi juga

harus dapat mengambil inisiatif langkah penyelesaian apa yang harus dikerjakan. Oleh sebab itu, Perusahaan yang proaktif cepat menangkap peluang dan akan memiliki daya saing yang tinggi dalam persaingan sedangkan kinerja perusahaan akan menjadi lebih baik.

3) Keberanian Mengambil resiko

Lumpkin dan Dess (1996) mengatakan bahwa perusahaan dengan orientasi kewirausahaan sering ditandai dengan tindakan keberanian mengambil resiko seperti meminjam hutang atau dengan modal yang tinggi atau membuat komitmen sumber daya yang tinggi dengan tujuan untuk mempertahankan tingkat keuntungan yang tinggi dengan mendapatkan peluang dalam pasar.

Menurut Caruana, Morris dan Vella (1998) dalam Utama (2009), konsep keberanian mengambil resiko mencerminkan kemauan aktif perusahaan untuk mengejar peluang meskipun peluang tersebut mengandung resiko dan hasilnya tidak pasti.

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil resiko akan sukar memulai atau berinisiatif (Suryana, 2003: 21). Menurut Bajaro dalam Suryana (2003: 21), mengemukakan bahwa seorang wirausaha yang berani menanggung resiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik.

Menurut Suryana (2003 : 21):

Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan

dari pada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai resiko yang terlalu rendah atau yang terlalu tinggi. Resiko yang terlalu rendah akan memperoleh sukses yang relatif rendah. Sebaliknya, resiko yang tinggi kemungkinan memperoleh sukses yang tinggi, tetapi dengan kegagalan yang sangat tinggi.

Wirausaha menghindari situasi resiko yang rendah karena tidak ada tantangan, dan menjauhi situasi resiko yang tinggi karena ingin berhasil. Dalam situasi dan ketidakpastian inilah, wirausaha mengambil keputusan yang mengandung potensi kegagalan atau keberhasilan (Suryana: 22). Pada situasi ini, menurut Meredith dalam Suryana (2003: 22), ada dua alternatif atau lebih yang harus dipilih, yaitu alternatif yang mengandung resiko dan alternatif yang konservatif. Pilihan terhadap resiko ini sangat tergantung pada :

- a) Daya tarik setiap alternatif
- b) Kesiediaan untuk rugi
- c) Kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal

Menurut Suryana, (2003), kemampuan untuk mengambil resiko ditentukan oleh :

- a) Keyakinan pada diri sendiri
- b) Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemampuan untuk memperoleh keuntungan.
- c) Kemampuan untuk menilai situasi risiko secara realistis.

Namun, Lumpkin dan Dess, (1996: 140&148), menambahkan dua dimensi lainnya yaitu otonomi (autonomy) merupakan tindakan seorang individu atau kelompok dalam menjalankan ide atau visi perusahaan sampai selesai. Kedua adalah keagresifan (competitive aggressiveness) merupakan

kecenderungan perusahaan untuk merubah pesaingnya untuk mencapai posisi yang tinggi.

4. Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Perusahaan

Secara umum para peneliti setuju bahwa orientasi kewirausahaan memiliki tiga dimensi yaitu keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil resiko yang mempengaruhi kinerja perusahaan (Miller, 1983; Rauch et al, 2009). Temuan empiris juga menunjukkan hal yang sama, bahwa perusahaan yang berorientasi kewirausahaan memiliki kinerja lebih baik dibanding tidak mengadopsi orientasi kewirausahaan (Hult, Snoww dan Kandemir, 2003; Rauch et al, 2009), terutama kinerja keuangan.

Dalam konteks perusahaan kecil, orientasi kewirausahaan menunjukkan hubungan yang kuat pada kinerja perusahaan kecil (lie et al, 2008). Hal ini dikarenakan perusahaan kecil memiliki kemampuan merespon dan mengantisipasi dengan cepat peluang dan ancaman yang akan dihadapi. Kemampuan ini menjadi modal dasar perusahaan kecil untuk terus menerus meningkatkan dan mempertahankan kinerja perusahaannya.

Menurut Kalika et al, (2003) dalam Pramudya (2010), kinerja perusahaan dinilai secara multidimensi menggunakan perspektif dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Produktivitas berdasarkan pengaruh pemanfaatan sisitem/ teknologi informasi terhadap produktifitas anggota organisasi. Ini menunjukkan bahwa tingkat produktivitas anggota organisasi didukung dan didorong dengan pemanfaatan sisitem atau teknologi.

- b. Pengurangan biaya, yakni penghematan yang diperoleh berdasarkan pemanfaatan sistem/ teknologi informasi. Adanya sistem/ teknologi informasi secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh pada pengurangan biaya.
- c. Kemampuan melakukan inovasi yang bernilai tambah. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan keunggulan kompetitif tetapi juga menciptakan nilai tambah baru pada organisasi mulai dari tingkat sub unit sampai organisasi.
- d. Kemampuan reaktifitas perusahaan dalam menyikapi dan memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada.
- e. Tingkat respon terhadap kebutuhan pelanggan.

B. Penelitian Relevan

Dari penelitian yang dilakukan oleh Suci (2009), yang berjudul "Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur) " dapat disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha industri kecil menengah bordir di Jawa Timur.

Sedangkan penelitian yang telah dilakukan oleh Susanto (2010) dengan judul Dampak Orientasi Kepengusahaan Pada Kinerja Perusahaan Kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberanian mengambil resiko berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan kecil.

C. Kerangka Konseptual

Pada usaha Kecil, wirausaha dituntut untuk mampu menjalankan usahanya dengan strategi-strategi yang kompetitif, agar perusahaan bisa bersaing dan dapat terus berkembang. Oleh sebab itu, pengusaha harus mampu menerapkan Orientasi Kewirausahaan pada perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

a. Pengaruh Keinovasian Terhadap Kinerja Perusahaan Kecil Industri Pakaian Jadi

Upaya perusahaan kecil agar bisa meningkatkan kinerja perusahaannya adalah dengan melakukan inovasi. Pengusaha harus bisa menciptakan sesuatu yang baru dengan ide-ide yang baru dengan memanfaatkan teknologi, pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya. Tidak hanya itu, inovasi bisa dilakukan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan. Pengusaha tidak pernah merasa puas dengan apa yang telah ada dan terus melakukan sesuatu yang baru yang dapat menarik konsumen sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

b. Pengaruh Keproaktifan Terhadap Kinerja Perusahaan Kecil Industri Pakaian Jadi

Salah satu kunci perusahaan agar mampu bersaing dalam persaingan yang semakin tajam saat ini adalah dengan adanya kemampuan pengusaha dalam mencari dan menangkap peluang-peluang yang muncul. Pengusaha harus dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan cepat agar perusahaan dapat tetap bersaing, sehingga kinerja perusahaan dapat terus meningkat.

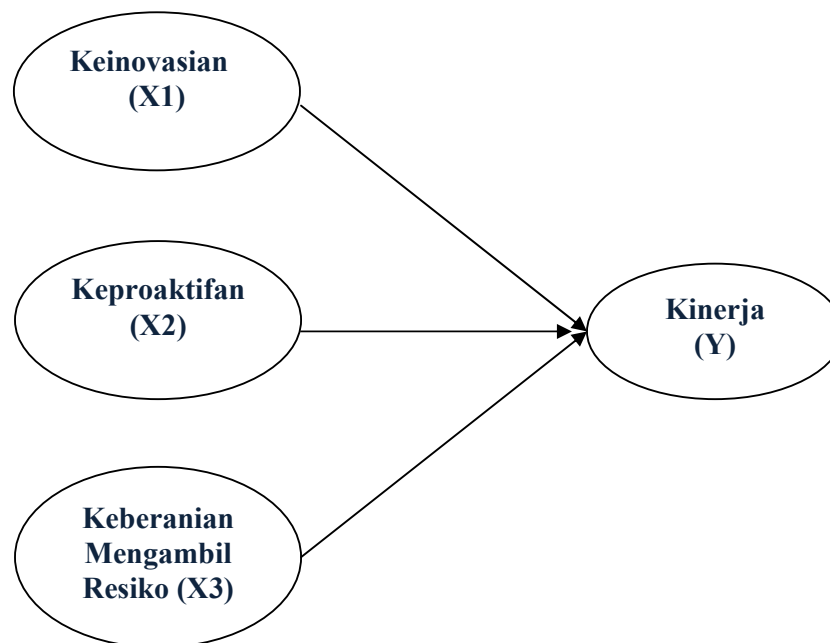
Perusahaan yang proaktif akan menjadi pemimpin dari pada pengikut, karena pengusaha memiliki kemampuan dalam mempelajari keterampilan-keterampilan baru. Jadi proaktif merupakan tipe seorang wirausaha yang tidak hanya dituntut bisa beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, tetapi juga harus dapat mengambil inisiatif langkah penyelesaian apa yang harus dikerjakan. Oleh sebab itu, Perusahaan yang proaktif cepat menangkap peluang dan akan memiliki daya saing yang tinggi dalam persaingan sedangkan kinerja perusahaan akan menjadi meningkat.

c. Pengaruh Keberanian Mengambil Resiko Terhadap Kinerja Perusahaan Kecil Industri Pakaian Jadi

Keberanian pengusaha dalam mengambil resiko merupakan pengusaha yang selalu ingin jadi pemenang. Pengusaha yang mengambil resiko yang tinggi akan memberikan hasil yang sangat memuaskan bagi perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, sebaliknya pengusaha yang tidak berani mengambil resiko, berarti perusahaan tersebut tidak bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan serta tidak dapat menggunakan peluang yang ada sehingga lama-kelamaan perusahaan tersebut tidak dapat terus bersaing dan berkembang.

Dengan demikian dapat dimaknai bahwa perusahaan kecil yang mampu bertahan dalam persaingan bisnis apabila memiliki perilaku kewirausahaan seperti terus menerus melakukan inovasi terhadap produk dan jasa yang akan diberikan pada pelanggan, proaktif terhadap perubahan pasar dan berani mengambil resiko atas peluang bisnis.

Untuk lebih memudahkan penelitian dan pembahasan, maka penulis akan mengemukakan bagan atau skema yang akan dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian ini. Secara sistematis kerangka berfikir dalam penulisan ini digambarkan sebagai berikut



Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Keinovasian berpengaruh signifikan terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman

2. Keproaktifan berpengaruh signifikan terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman
3. Keberanian Mengambil Resiko berpengaruh signifikan terhadap kinerja Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, berikut ini dapat disimpulkan bahwa Orientasi kewirausahaan yaitu Keinovasian, Keproaktifan, dan Keberanian mengambil resiko memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan kecil industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dilakukan, maka semakin meningkat kinerja perusahaan kecil industri pakaian jadi. Jadi, kinerja perusahaan dapat meningkat apabila keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil resiko dilakukan oleh pengusaha atau pemilik perusahaan kecil.

B. SARAN-SARAN

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian ini, maka untuk meningkatkan kinerja perusahaan kecil industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman, penulis menyarankan kepada Perusahaan kecil Industri Pakaian Jadi di Kabupaten Pasaman :

1. Pemilik sekaligus manajer perusahaan kecil industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman diharapkan lebih meningkatkan tingkat keberanian mengambil resiko misalnya dengan menilai serta mengantisipasi resiko-resiko yang mungkin muncul dengan cepat sehingga, perusahaan dengan mengambil resiko yang tinggi serta mampu mengantisipasi resiko-resiko

tersebut akan dapat memenangkan persaingan dalam pasar sehingga kinerja perusahaan dapat terus meningkat.

2. Pemilik sekaligus manajer perusahaan kecil industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman diharapkan lebih meningkatkan sikap keproaktifan, misalnya dengan lebih meningkatkan inisiatif dalam mengejar peluang baru dan cepat tanggap terhadap perubahan pasar, sehingga dengan peluang tersebut perusahaan akan dapat bersaing dengan kompetitor.
3. Pemilik sekaligus manajer perusahaan kecil industri pakaian jadi di Kabupaten Pasaman diharapkan lebih meningkatkan orientasi kewirausahaan pada perusahaan dengan lebih meningkatkan keinovasian pada perusahaan, baik inovasi terhadap produk, layanan, maupun proses teknologi, sehingga perusahaan dapat bersaing dalam pasar yang selalu berubah sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi 5. Jakarta: Rineka Cipta
- Covin, J.G. & Slevin, D.P. (1989). *Strategic Management Of Small Firms in Hostile and Benign Environments*. Strategic Management Journal, 19 (8): 75-87
- Data Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi di Kabupaten Pasaman. 2010
- Drucker, Peter. 1980. *Tentang Orientasi Kewirausahaan*. <http://www.webcache.googleusercontent.com>. Di unduh tanggal 21 Februari 2011.
- Frese, M., Brantjes A., dan Hoorn, R. 2002. "Psychological Success Factor of Small Scale Business in Namibia : The Role of Strategy Process, Entrepreneurial Orientation dan the environment", Journal of Developmental Entrepreneurship, Vol.7 (3), 259-282.
- Hult,G.T.M.,Snow, C.C., Kandemir,D. 2003. *The Role of Entrepreneurship in Building Cultural Competitiveness in Different Organizational Types*. Journal Of Management, 29 (3). 401-426
- Idris. 2011. *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS*. Padang : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- Indriatoro, N. Supomo, B. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BPFE
- Kreiser, P. M., Marino L. D., dan Weaver, K. M. 2002. "Assessing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: A Multicountry Analysis", Entrepreneurship: Theory dan Practice, 71-93.
- Kuncoro, Mudjarad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Bagaimana Meneliti danulis Tesis?*. Jakarta: Erlangga
- Kuratko, Donald F, and Hodgetts, Richard M. 2007. *Enterpreneurship: Theory, Process, Practice*. South-Western: Thomson
- Li, Y., Zhao, Y., Tan, J., Liu, Y. 2008. *Moderating Effeck of Entrepreneurial Orientation On Market Orientation Performance Linkage: Evidence From Chinese Small Firm*. Journal of Small Business Management, 46 (1): 113-133