

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Bidang *Fashion* di Kota Cimahi

Eka Ludiya¹. Asep Kurniawan²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Indonesia¹

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Indonesia²

Abstract.

Textile or fashion products are one of the primary human needs. But despite being a primary need does not guarantee that running a business in the fashion field becomes something easy. There are still many business actors in the fashion sector who have not been able to maintain their business to continue to compete with the SMEs ecosystem, and eventually resign. This is indicated by the number of fashion SMEs entrepreneurs whose numbers change each year. These conditions indicate that the business performance of fashion products is still relatively low. To be able to maintain its business, business actors must have various competencies including management competencies, organization, strategy and other competencies needed in managing the business. In addition to the competence of business actors, they must also be oriented towards their businesses, so that businesses continue to look for opportunities for business development. This research is quantitative by using multiple regression methods. The population in this study is Muslim fashion business in Cimahi City. The results of this study can explain entrepreneurial competence partially influencing business performance. The entrepreneurial orientation variable partially influences business performance. As well as entrepreneurial competence and entrepreneurial orientation simultaneously affect business performance.

Keyword. *entrepreneurial competence; entrepreneurial orientation; business performance*

Abstrak.

Produk tekstil atau *fashion* merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Namun meskipun menjadi kebutuhan primer tidak menjamin bahwa menjalankan usaha di bidang *fashion* menjadi sesuatu yang mudah. Masih banyak pelaku usaha bidang *fashion* belum mampu mempertahankan usahanya untuk terus bersaing dengan ekosistem UMKM, hingga akhirnya mundur. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah pelaku UMKM *fashion* yang jumlahnya berubah-ubah setiap tahunnya. Kondisi tersebut mengindikasikan akan kinerja usaha produk *fashion* masih terbilang rendah. Untuk dapat mempertahankan usahanya pelaku usaha harus memiliki berbagai kompetensi diantaranya kompetensi manajemen, organisasi, strategi dan kompetensi lainnya yang diperlukan dalam mengelola usaha. Selain kompetensi pelaku usaha juga harus dapat berorientasi pada usahanya, sehingga pelaku usaha terus mencari peluang untuk pengembangan usahanya. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode regresi berganda. Populasi pada penelitian ini yaitu pelaku usaha *fashion* muslim di Kota Cimahi. Hasil dari penelitian ini dapat menjelaskan kompetensi kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap kinerja usaha. Variabel orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap kinerja usaha. Serta kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Kata Kunci. Kompetensi kewirausahaan; orientasi kewirausahaan; kinerja usaha

Corresponding author. dekalud@gmail.com

History of article. Received: April 2020, Revision: Juni 2020, Published: September 2020

PENDAHULUAN

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 dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi

kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini (www.depkop.go.id). UMKM menjadi pembahasan berbagai pihak bahkan UMKM ini dianggap penyelamat perekonomian Indonesia di masa krisis (Manurung, et all. 2007).

Tabel 1. Jumlah UMKM tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah UMKM (unit usaha)
2013	56.534.592
2014	57.895.721
2015	59.262.772
2016	61.651.177
2017	62.922.617

Sumber : depkop.go.id, (2019)

Jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya seperti terlihat dalam tabel di atas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,34 persen. Dari sisi serapan tenaga kerja, UMKM mampu menyerap tenaga kerja hingga 57,9 juta di berbagai daerah di Indonesia (bps.go.id). Meskipun indikator kontribusi UMKM terhadap pembentukan PDB dan tenaga kerja naik, akses sektor UMKM ke rantai pasok produksi global sangat minim. Kontribusi UMKM di Indonesia terhadap rantai pasok global hanya 0,8 persen (kemenperin.go.id). rendahnya kinerja yang dihasilkan UMKM di Indonesia disebabkan rendahnya kualitas sumberdaya manusia (SDM) (Dipta, 2012) atau dengan kata lain rendahnya kompetensi kewirausahaan (Susilo, 2010). Hal ini ditunjukkan dengan masih rendahnya pengembangan dan penguasaan ilmu pelaku UMKM dibidang manajemen, organisasi, teknologi, pemasaran dan kompetensi lainnya yang diperlukan dalam mengelola usaha (Dhamayantie dan Fauzan, 2017).

Perkembangan UMKM yang pesat dari sisi kuantitas unit usaha belum dibarengi dengan kinerja yang maksimal dikarenakan adanya sejumlah kendala yang dihadapi oleh UMKM. Kendala tersebut antara lain seperti keberaniannya mengambil risiko untuk melakukan pencarian peluang yang berujung pada inovasi pada produk yang ditawarkannya. Hal ini dapat dilihat dari daya saing inovasi masih rendah. Dari 137 negara yang disurvei *Global Competitiveness Report*, Indonesia

menduduki peringkat ke-87. Tingkat Kesiapan Teknologi atau *Technology Readiness Level* (TRL) mayoritas produk inovasi dari Indonesia berada pada skala 1-3. Kondisi tersebut membuat daya saing Indonesia di tingkat ASEAN juga masih kalah dari Singapura dan Malaysia (risbang.ristekdikti.go.id).

Tabel 2. Jumlah UMKM produk unggulan Kota Cimahi

Produk Unggulan	Jumlah UMKM (unit usaha)
Makanan/Minuman/ Kuliner	3000
Tekstil/ <i>Fashion</i> Craft/Kerajinan	1500 900

Sumber: Witanti dan Abdillah, (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelaku UMKM bidang *fashion* sebanyak 1500 usaha dari semua jenis *fashion*, termasuk di dalamnya bidang *fashion* muslim, *fashion* alas kaki, *fashion* anak, *fashion* pria dan wanita. Perkembangan UMKM di Kota Cimahi dinilai dapat menyumbang peran mengurangi jumlah pengangguran di Kota Cimahi. Sementara hingga tahun 2017 tercatat ada 8.734 UMKM yang terdaftar, tetapi hanya ada sekitar 2000 UMKM yang hingga saat ini masih aktif dan bertahan serta naik kelas menjadi Industri Kecil dan Menengah (IKM). Jumlah UMKM di Kota Cimahi saat ini tidak tetap jumlahnya atau mengalami naik turun (disdagkoperin kota cimahi). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha bidang *fashion* belum mampu mempertahankan usahanya untuk terus bersaing dengan ekosistem UMKM, hingga akhirnya mundur. Untuk itu pelaku usaha bidang *fashion* muslim di Kota Cimahi juga harus mampu menambah kompetensi yang dimilikinya untuk dapat mempertahankan kinerja usahanya tetap baik. Kompetensi manajemen, organisasi, strategi dan kompetensi lainnya yang diperlukan dalam mengelola usaha. Kompetensi kewirausahaan memberikan peran kinerja

bisnis, semakin tinggi kompetensi pemilik usaha kecil dan menengah akan menyebabkan kinerja bisnis semakin tinggi (Sarwoko, 2013).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu orientasi kewirausahaan, inovasi, strategi bisnis dan budaya. Hasil penelitian dari Lestari (2012). tentang Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Eksportir Kerajinan Keramik Di Plered, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat menunjukkan bahwa dimensi proaktif (*proactiveness*) yang berhubungan positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha pada UMKM *fashion muslim* di Kota Cimahi. Sehingga muncul pertanyaan penelitian ini yaitu : 1) apakah kompetensi wirausaha mempengaruhi kinerja usaha?, 2) apakah orientasi wirausaha mempengaruhi kinerja usaha? dan 3) apakah kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha secara bersama-sama mempengaruhi kinerja usaha?. Hasilnya diharapkan mampu memberikan jawaban atas permasalahan yang terjadi pada kompetensi wirausaha, orientasi wirausaha dan kinerja usaha.

Tiwari dan Lengka (2016) menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan adalah untuk menarik, mengembangkan dan mempertahankan modal manusia yang dibutuhkan untuk mencapai usaha yang diinginkan. Artinya dalam sebuah usaha, sumber daya manusia memegang peranan penting, sehingga perlu dijaga dan dikembangkan kemampuannya dalam melakukan kegiatan usahanya. Untuk menjalankan tugasnya, seorang wirausaha harus berhadapan dengan ketidakpastian mengenai keberhasilan usaha yang dilakukannya.

Kompetensi wirausaha diartikan sebagai kelompok pengetahuan, sikap, dan keterampilan terkait yang harus diperoleh

seorang wirausahawan melalui pelatihan dan pengembangan manajerial yang akan memungkinkannya menghasilkan kinerja yang luar biasa dan memaksimalkan laba sambil mengelola usaha bisnis atau perusahaan. kompetensi kewirausahaan terdiri dari manajemen waktu, manajemen pemasaran, etika bisnis, kepemimpinan, pengambilan keputusan, dan manajemen keuangan (Inyang & Enouh, 2009).

(Mitchelmore & Rowley, 2013) mengkatégorikan kompetensi wirausaha menjadi empat yang meliputi kepribadian dan hubungan, manajemen bisnis, kewirausahaan, dan kompetensi sumber daya manusia. (Kurniawan dan Yun, 2018) menggunakan *opportunity competency, organizing competencies, strategy competencies, social competencies, commitment competencies* dan *conceptual competencies* sebagai indikator dari kompetensi. Dalam penelitian ini menggunakan indikator *opportunity competency, organizing competencies, strategy competencies, social competencies, commitment competencies* dan *conceptual competencies*.

Ribeiro Soriano dan Kraus (2018) menjelaskan bahwa, wirausahawan baru menghadapi ketidakpastian di hampir semua bidang bisnis: sumber daya, hutang, ikatan dengan pemasok dan pelanggan yang masih lemah, dan yang terakhir, kurangnya pengalaman secara keseluruhan. Pendekatan orientasi wirausaha sangat penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan serta untuk kesejahteraan ekonomi dan sosial negara (Sanchez, 2011).

Orientasi kewirausahaan dapat memberikan pemilik/manajer pengetahuan tentang jenis pengembangan apa yang diperlukan untuk meningkatkan keterampilan dan atribut kewirausahaan untuk mempertahankan kinerja bisnis (Aziz, Mahmood, Tajudin, & Abdullah, 2014). Pemilik/manajer dapat mengambil manfaat

dari upaya peningkatan orientasi kewirausahaan agar dapat bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis, cepat dan kompleks yang dicirikan oleh siklus hidup yang lebih pendek, globalisasi, dan peningkatan berkelanjutan dalam teknologi (Mahmood & Hanafi, 2013).

Orientasi Wirausaha merupakan contributor signifikan terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Dimensi dari orientasi wirausaha dikembangkan menjadi tiga dimensi yaitu keinovasian, proaktif, dan keberanian mengambil risiko. (Miller, 1983).

Innovativeness adalah kemampuan dan kemauan perusahaan untuk mendukung kreativitas, ide-ide baru dan eksperimen yang dapat menghasilkan produk / layanan baru (Lumpkin & Dess, 1996), sedangkan proaktif adalah pengejaran peluang dan persaingan persaingan dalam mengantisipasi permintaan masa depan untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan bisnis (Lumpkin & Dess, 2001). Berkaitan dengan pengambilan risiko, itu adalah perusahaan yang secara sadar mengalokasikan sumber daya untuk proyek-proyek dengan peluang pengembalian tinggi, tetapi juga dapat menyebabkan kemungkinan kegagalan tinggi (Miller, 1983).

Kinerja (performa) perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat turn over dan peningkatan pangsa pasar (Jauch dan Glueck (1988). Kinerja (*business performance*) merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Variabel dalam penelitian ini dikembangkan dari kinerja yang telah diteliti oleh Lee dan Tsang (2001), diwakili oleh venture growth yang terdiri atas pertumbuhan penjualan, pertumbuhan keuntungan usaha. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kinerja usaha peningkatan peningkatan volume penjualan, peningkatan pangsa pasar, dan profitabilitas usaha.

Hipotesis dalam penelitian ini adanya pengaruh yang signifikan antara kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha secara simultan terhadap kinerja usaha.

Novelty dalam penelitian ini yaitu metode yang digunakan menggunakan regresi, dimana penelitian sebelumnya (Isa, 2013) menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*.

METODE

Berdasarkan tingkat eksplanasinya (*level of explanation*), penelitian ini dikelompokkan ke dalam penelitian deskriptif dan asosiatif. Menurut pendapat (Riduwan, Dasar-dasar Statiska, 2010) penelitian deskriptif asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, sedangkan penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dari penelitian asosiatif akan diketahui suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala atau fenomena.

Fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha, orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha *fashion* muslim di Kota Cimahi. Penelitian ini memiliki tujuan dimana penulis ingin mengetahui persepsi para pelaku usaha *fashion* muslim mengenai kompetensi wirausaha, orientasi wirausaha dan kinerja usaha. Tujuan yang ingin dicapai yaitu mengetahui pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha serta pengaruhnya terhadap kinerja usaha.

Variabel pada penelitian ini adalah variabel kompetensi wirausaha (X1), orientasi wirausaha (X2) dan kinerja usaha (Y). Kompetensi wirausaha diukur dengan menggunakan dimensi *opportunity competency, organizing competencies, strategy competencies, social competencies, commitment competencies*, dan *conceptual*

competencies. Orientasi wirausaha diukur dengan menggunakan dimensi keinovasian, proaktif, dan keberanian mengambil risiko. Kinerja usaha diukur dengan menggunakan dimensi peningkatan volume penjualan, peningkatan pangsa pasar, dan profitabilitas usaha.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha *fashion* muslim yang termasuk ke dalam kelompok pelatihan akselerasi. Sampel adalah representasi dari sebuah populasi yang memiliki karakteristik yang dapat digeneralisasi pada populasi. Sedangkan *sampling* adalah suatu proses dalam menentukan sampel dari sebuah populasi. Agar sampel dapat digeneralisasi pada populasi, maka teknik penarikan sampel menggunakan *sampling* jenuh. *Sampling* jenuh merupakan suatu teknik penentuan sampel dimana seluruh anggota populasi dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa persepsi, sikap atau pendapat. Alat yang digunakan untuk mengukur persepsi yaitu skala likert dengan menggunakan kuesioner. Pengujian alat ukur (*instrument*) yaitu dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Skala ukur yang digunakan menggunakan skala interval. Adapun kegiatan dalam pengolahan data yaitu: 1) editing, memeriksa daftar pertanyaan yang telah diserahkan oleh para pengumpul data. 2) coding, mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden ke dalam kategori-kategori. 3) tabulasi, Pekerjaan tabulasi adalah pekerjaan membuat tabel. Jawaban-jawaban yang sudah diberi kode kategori jawaban kemudian dimasukkan dalam tabel. dan 4) verifikasi, pemeriksaan benar tidaknya hasil survei yang telah dilakukan.

Analisis data yang dilakukan yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif. Dalam analisis deskriptif, setiap variabel dikategorikan menjadi lima (5) kategori yaitu : sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, sangat tidak baik.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha, orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha *fashion* muslim menggunakan analisis regresi berganda. Kegunaan regresi dalam penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan (memprediksi) variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Langkah yang harus dilakukan untuk mendukung analisis regresi yaitu melakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik meliputi : 1) uji normalitas, adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau data yang didapatkan benar-benar sudah mewakili populasi penelitian. 2) uji heterokedastisitas, ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. 3) uji multikolinieritas, digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi diantara variabel independen.

Korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Uji hipotesis dalam penelitian ini disajikan berdasarkan tujuan penelitian. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan sebesar = 95% sehingga tingkat presesi atau tingkat ketidakakuratan sebesar ($\alpha = 0,05$ atau 5%). 1) Uji t statistic, dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial atau masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. 2) Uji F statistic, ini dilakukan untuk mengetahui apakah keseluruhan variabel independen secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

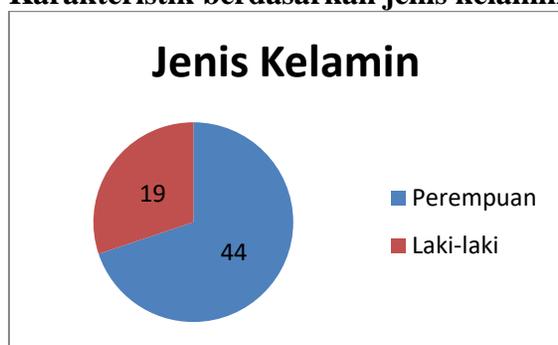
Hasil dan pembahasan pada penelitian ini akan menjelaskan analisis deskriptif karakteristik responden, variabel kompetensi

wirausaha, variabel orientasi wirausaha dan variabel kinerja usaha *fashion* muslim di Kota Cimahi. Hasil penelitian ini berdasarkan jawaban responden yaitu pelaku usaha *fashion* muslim.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, tahun berdiri, pendidikan, dan pendapatan per hari.

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

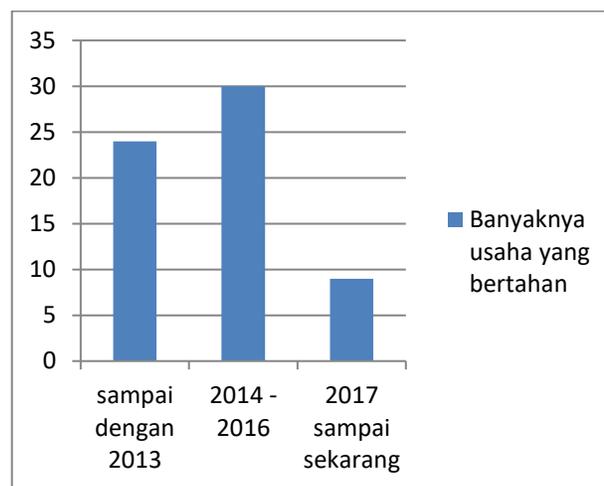


Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Kuesioner, diolah kembali, 2019

Dari hasil gambar 1. di atas bahwa data responden pria sebanyak 19 orang responden, dan perempuan sebanyak 44 orang responden. Hasil ini menjelaskan bahwa mayoritas pelaku UMKM *fashion* di Kota Cimahi sebagian besar perempuan, karena pada dasarnya kaum wanita-lah yang lebih sering menggunakan *fashion* muslim untuk kegiatan sehari-hari. Selain itu seorang wanita membutuhkan *fashion* muslim sebagai penunjang dalam berpenampilan modis dan trendy. Oleh karena itu, *fashion* muslim sesuai dengan karakter wanita dan digemari oleh mayoritas wanita dibanding pria.

Karakteristik berdasarkan tahun berdiri

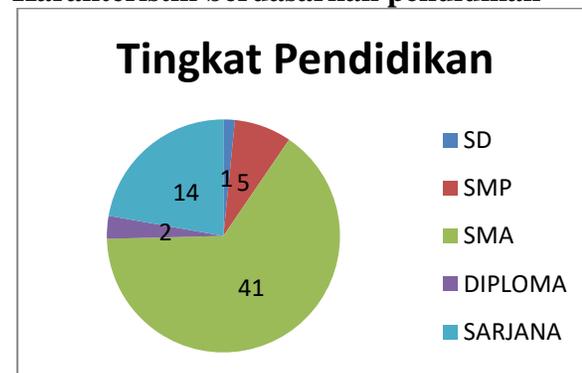


Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berdiri

Sumber: Kuesioner, diolah kembali, 2019

Dari hasil gambar 2. di atas bahwa sebanyak 23 usaha sudah berdiri selama lebih dari 6 tahun. 30 usaha berdiri selama 3-5 tahun, dan 9 usaha sudah berdiri selama 3 tahun bahkan ada usaha yang berdiri kurang dari 3 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah dari pelaku usaha sangat dinamis.

Karakteristik berdasarkan pendidikan



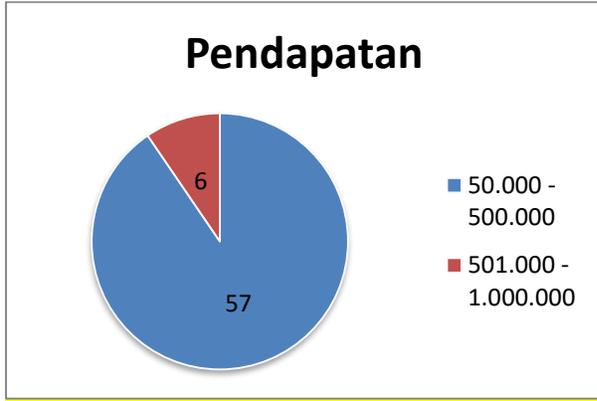
Gambar 3. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sumber: Kuesioner, diolah kembali, 2019

Dari hasil gambar 3. di atas bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK atau sederajat. 14 orang responden memiliki tingkat pendidikan sarjana. 5 orang responden memiliki tingkat pendidikan SMP.

2 orang responden lainnya memiliki tingkat pendidikan diploma, dan satu orang responden memiliki tingkat pendidikan SD.

Karakteristik berdasarkan pendapatan per hari



Gambar 4. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Sumber: Kuesioner, diolah kembali, 2019

Dari hasil gambar 4. di atas bahwa 57 orang responden memiliki tingkat pendapatan rata-rata berkisar antara Rp.50.000-Rp.500.000. sedangkan 6 orang responden memiliki pendapatan rata-rata berkisar antara Rp.501.000-Rp.1.000.000.

Kompetensi wirausaha disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Total skor variabel kompetensi wirausaha

Sub variabel	Skor	Kategorisasi
<i>Opportunity competency</i>	1003	
<i>Organizing competency</i>	764	
<i>Strategy competency</i>	943	
<i>Social competencies</i>	781	5053 Baik
<i>Commitment competencies</i>	773	
<i>Conceptual competencies</i>	789	

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Berdasarkan tabel di atas, seluruh sub variabel pembentuk kompetensi wirausaha termasuk dalam kategori baik sehingga untuk variabel kompetensi wirausaha berada pada kategori Baik (5053) karena hasil perhitungan berada pada skor antara 4285 - 5292. Artinya pelaku usaha *fashion* muslim di Kota Cimahi sudah memiliki kompetensi wirausaha yang baik untuk dapat mempertahankan usahanya.

Selanjutnya dijelaskan analisis deskriptif dari orientasi wirausaha para pelaku usaha *fashion* muslim di Kota Cimahi

Tabel 7. Total skor variabel orientasi wirausaha

Sub variable	Skor	Kategorisasi
<i>Innovativeness</i>	1190	
<i>Risk taking</i>	964	3131 Baik
Pro aktif	977	

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2018

Berdasarkan tabel di atas, untuk variabel orientasi wirausaha berada pada kategori Baik (3131) karena hasil perhitungan berada pada skor antara 2784,7 – 3439,8. Keseluruhan sub variabel yang membentuk variabel orientasi wirausaha masuk pada kategori Baik. Artinya pelaku usaha *fashion* muslim di Kota Cimahi sudah memiliki orientasi wirausaha yang baik dan dapat dipertahankan.

Selanjutnya dijelaskan analisis deskriptif mengenai variabel kinerja usaha *fashion* muslim di Kota Cimahi

Tabel 8. Total skor variabel kinerja usaha

Sub variabel	Skor	Kategorisasi
Peningkatan Volume penjualan	481	
Peningkatan pangsa pasar	621	1815 Baik
Profitabilitas usaha	713	

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel pembentuk termasuk dalam kategori baik sehingga untuk variabel kinerja usaha berada pada kategori Baik (1815) karena hasil perhitungan berada pada skor antara 1713,2116,8. Keseluruhan pernyataan yang membentuk variabel kinerja usaha masuk pada kategori Baik.

Uji Normalitas

Uji normalitas, adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau data yang didapatkan benar-benar sudah mewakili populasi penelitian

Tabel 9. Uji Normalitas

	N	Unstandardized Residual
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.35956281
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.055
	Negative	-.140
Kolmogorov-Smirnov Z		1.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Berdasarkan tabel One Sample Kolmogorov-Smirnov Test, tingkat signifikansi lebih besar ($0,171 > 0,05$), sehingga residual berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 10. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.315	2.594		1.663	.101
	X1	-.003	.031	-.016	-.113	.910
	X2	-.032	.049	-.095	-.664	.509

a. Dependent Variable: Abs_ut

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Berdasarkan tabel di atas, tingkat signifikansi dari variabel kompetensi $0,910 > 0,05$ maka variabel kompetensi wirausaha terbebas dari heterokedastisitas. Tingkat signifikansi dari variabel orientasi

wirausaha $0,509 > 0,05$ maka variabel orientasi wirausaha terbebas dari heterokedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi diantara variabel independen.

Tabel 11. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.662	1.511
	x2	.662	1.511

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF kurang dari 10 (<10) dan nilai tolerance lebih dari 0,10 (>0,10). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam penelitian ini.

Korelasi

Pengujian ini dilakukan terlebih dahulu sebelum menguji hipotesis verifikatif. Korelasi/kekuatan antar hubungan kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha dapat dilihat dari besaran koefisien korelasi yang diperoleh dan dibandingkan dengan tabel interpretasi. Adapun nilai korelasi yang didapatkan berdasarkan pada perhitungan SPSS 22 yaitu sebagai berikut:

Korelasi Antar Variabel Kompetensi Wirausaha, Orientasi Wirausaha dan Kinerja Usaha

Tabel 12. Korelasi Antar Variabel Kompetensi Wirausaha, Orientasi Wirausaha dan Kinerja Usaha

Correlations			
	x1	x2	y
Pearson Correlation	1	.444**	.739**
Sig. (2-tailed)		.000	.000
N	63	63	63
Pearson Correlation	.444**	1	.538**
Sig. (2-tailed)	.000		.000
N	63	63	63
Pearson Correlation	.739**	.538**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	
N	63	63	63

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

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Berdasarkan nilai koefisien korelasi pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa hubungan antara kompetensi wirausaha (X_1) dan kinerja usaha (Y) sebesar 0,739 dan masuk dalam kategori kuat. Arah hubungan positif antara

kompetensi wirausaha menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha yang baik cenderung diikuti dengan perbaikan kinerja usaha pada UMKM bidang *fashion* di Kota Cimahi. Penelitian sebelumnya (Kurniawan & Yun, 2018) menjelaskan Kompetensi usaha kecil

terkait dengan keberlangsungan usaha. Dengan meningkatkan kompetensi pengusaha, wirausahawan dalam bisnis kuliner dapat mempertahankannya bisnisnya. Sementara untuk variabel orientasi wirausaha (X₂) dengan variabel kinerja usaha (Y) memiliki nilai korelasi sebesar nilai 0.538 nilai tersebut termasuk kedalam kategori cukup kuat dan mempunyai hubungan yang positif. Arah hubungan positif antara kompetensi wirausaha menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha yang baik cenderung diikuti dengan perbaikan kinerja usaha pada UMKM bidang *fashion* di

Kota Cimahi. Penelitian sebelumnya (Mahmood & Hanafi, 2013) menjelaskan bahwa ada hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja. Temuan ini dapat membantu pemilik / manajer UKM wanita untuk lebih berjiwa wirausaha

Pengaruh Antar Variabel Kompetensi Wirausaha, Orientasi Wirausaha dan Kinerja Usaha

Tabel 13. Pengaruh Antar Variabel Kompetensi Wirausaha, Orientasi Wirausaha dan Kinerja Usaha

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.588	3.41510

a. Predictors: (Constant), ori, kom

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Nilai koefisien determinasi (R Square) didapat besarnya pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini adalah 0,602 atau 60,2%, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (*independent*) yaitu kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja usaha pada para pelaku UMKM *fashion* di Kota Cimahi berada pada tingkat hubungan kuat.

Regresi

Selanjutnya untuk mengetahui bagaimana pengaruh kompetensi wirausaha, orientasi, terhadap kinerja usaha baik secara parsial maupun simultan.

Pengaruh Antar Variabel Kompetensi Wirausaha, Orientasi Wirausaha dan Kinerja Usaha

Tabel 13. Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-4.568	3.817		-1.197	.236
	Kom	.311	.045	.623	6.855	.000
	Ori	.206	.072	.262	2.881	.005

a. Dependent Variable: kin

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Hipotesis 1:

Hipotesis pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja usaha.

Ho : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kompetensi wirausaha terhadap kinerja usaha.

Ha : Adanya pengaruh yang signifikan antara kompetensi wirausaha terhadap kinerja usaha. Berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat nilai t_{hitung} variabel kompetensi wirausaha yaitu sebesar 6,855 lebih besar dari t_{tabel} 2,390 maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga terdapat pengaruh positif variabel kompetensi wirausaha terhadap kinerja usaha. Artinya bahwa kompetensi wirausaha memiliki pengaruh positif searah yang signifikan, maka kompetensi wirausaha dapat menjelaskan variabel kinerja usaha.

Naik turunnya kinerja usaha dapat ditentukan melalui tingkat kompetensi wirausaha yang dimiliki pemilik usaha. Semakin baik kompetensi wirausaha maka kinerja usaha akan meningkat. Artinya pelaku UMKM bidang *fashion* di Kota Cimahi perlu memperhatikan *opportunity competency, organizing competency, strategy competencies, social competencies, commitment competencies*, dan *conceptual competencies*.

Berdasarkan tabel coefficient, secara parsial variabel kompetensi wirausaha (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sebesar 0,311. Sehingga peningkatan nilai 1 dari kompetensi wirausaha akan meningkatkan kinerja usaha sebesar 0,415. Pelaku usaha bidang *fashion* di Kota Cimahi harus memperhatikan kompetensi wirausaha yang dimilikinya agar memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha. Semakin baik kompetensi wirausaha yang dimiliki maka kinerja usaha akan semakin tinggi. Penelitian ini mendukung studi sebelumnya yang menyatakan bahwa Secara parsial variabel kompetensi wirausaha

berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Kurniawan, Hadi, & Sakitri, 2019)

Hipotesis 2:

Hipotesis pengaruh orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha.

Ho : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha.

Ha : Adanya pengaruh yang signifikan antara orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat dilihat nilai t_{hitung} variabel orientasi wirausaha yaitu sebesar 2,881 lebih besar dari t_{tabel} 2,390 maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga terdapat pengaruh positif variabel orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha. Artinya bahwa orientasi wirausaha memiliki pengaruh positif searah yang signifikan, maka variabel orientasi wirausaha dapat menjelaskan variabel kinerja usaha.

Naik turunnya kinerja usaha dapat ditentukan melalui orientasi wirausaha yang dilakukan pemilik usaha. Semakin baik seorang pengusaha dalam melakukan orientasi wirausaha maka kinerja usaha akan meningkat. Artinya pelaku UMKM bidang *fashion* di Kota Cimahi perlu memperhatikan *innovativeness, risk taking*, dan *pro aktif* untuk dapat meningkatkan kinerja usaha.

Variabel orientasi wirausaha (X2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha sebesar 0,206. Artinya adalah setiap peningkatan 1 nilai dari orientasi wirausaha maka akan meningkatkan kinerja usaha sebesar 0,206. Pelaku usaha bidang *fashion* di Kota Cimahi harus memperhatikan orientasi wirausaha yang dimiliki untuk mempertahankan produknya agar memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha. Semakin baik orientasi wirausaha maka kinerja usaha akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa ada

hubungan positif yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis UKM di Malaysia (Aziz, Mahmood, Tajudin, & Abdullah, 2014)

Pengaruh parsial dari variabel kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$\text{Kinerja usaha} = -4,568 + 0,311 \text{ kompetensi wirausaha} + 0,206 \text{ orientasi wirausaha}$$

Pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha secara simultan

Tabel 14. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1057.306	2	528.653	45.328	.000 ^a
	Residual	699.773	60	11.663		
	Total	1757.079	62			

a. Predictors: (Constant), x1, x2

b. Dependent Variable: y

Sumber: Kuesioner, diolah kembali 2019

Hipotesis 3:

Hipotesis pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha secara simultan terhadap kinerja usaha.

Ho : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha secara simultan terhadap kinerja usaha.

Ha : Adanya pengaruh yang signifikan kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha secara simultan terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan hasil pada tabel anova di atas, didapatkan tingkat signifikansi <0,05 maka terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha. Pengaruh secara simultan variabel kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha adalah positif, artinya pelaku usaha perlu memiliki kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha untuk meningkatkan kinerja usahanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kompetensi wirausaha yang diukur menggunakan enam sub variabel yaitu *opportunity competency*, *organizing competency*, *strategy competencies*, *social competencies*, *commitment competencies*, dan *conceptual competencies* dimana seluruh sub variabel terkategori baik.

Orientasi wirausaha diukur menggunakan tiga sub variabel yaitu *innovativeness*, *risk taking*, dan *pro aktif*. Ketiga sub variabel tersebut terkategori baik.

Variabel kinerja usaha diukur menggunakan tiga sub variabel yaitu peningkatan volume penjualan, peningkatan pangsa pasar, dan profitabilitas usaha. Dimana ketiga sub variabel tersebut terkategori baik.

Kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja usaha. Penelitian ini mendukung studi sebelumnya bahwa kompetensi kewirausahaan memberikan peran kinerja bisnis, semakin tinggi kompetensi pemilik usaha kecil dan menengah akan menyebabkan kinerja bisnis

yang lebih tinggi (Sarwoko, Surachman, Armanu, & Hadiwidjojo, 2013)

Orientasi wirausaha berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja usaha. Penelitian ini memperkuat studi sebelumnya bahwa perusahaan yang berorientasi kewirausahaan cenderung lebih bersedia untuk mengambil risiko, dan tampaknya lebih inovatif dan proaktif yang mengarah pada peningkatan kinerja (Zimmerman & Brouthers, 2012).

Kompetensi wirausaha dan orientasi wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha secara simultan. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa Kompetensi kewirausahaan serta orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja (Isa, 2013)

REKOMENDASI

Penelitian terkait kewirausahaan masih perlu dilakukan untuk meningkatkan khasanah keilmuan dibidang kewirausahaan. Selain itu penelitian di bidang *fashion* juga perlu ditingkatkan untuk dapat memberikan manfaat yang lebih baik bagi masyarakat. Diharapkan penelitian terkait manajemen kewirausahaan khususnya bagaimana upaya meningkatkan kinerja usaha yang optimal dapat ditingkatkan sehingga manfaat yang diperoleh dan perkembangan ilmu dapat semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, R., Mahmood, R., Tajudin, A., & Abdullah, M. (2014). The Relationship between Entrepreneurial Orientation and Business Performance of SMEs in Malaysia. *International Journal of Management Excellence Volume 2 No. 3 February 2014*.
- Boyatzis, R. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York: Wiley.
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik dan Kompetensi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja UMKM. *Matrik : Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 11, No. 1, Februari 2017*.
- Dixon, R., Meier, R., Brown, D., & Custer, R. (2005). The Critical Entrepreneurial Competencies Required by Instructors from Based Enterprises : A Jamaican Study. *Journal of Industrial Teacher Education*.
- Inyang, B. J., & Enouh, R. O. (2009). Entrepreneurial Competencies : The Missing Links to Successful Entrepreneurship in Nigeria . 62-71.
- Isa, M. (2013). Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Kinerja Industri Mebel. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 17, No 1, Juni*, 89-98.
- Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Relationship Between Business Competence and Business Survival of Culinary Business in Bandung. *MIMBAR, Vol.34 No 1st (June) 2018* , 147-157.
- Kurniawan, I., Hadi, S., & Sakitri, W. (2019). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Skala Usaha, dan Saluran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha. *Economic Education Analysis Journal p-ISSN 2252-6544 e-ISSN 2502-356X 8 (1)*.
- L.R, J., & W.F, G. (1988). *Business Policy and Strategic Management*. New York: McGraw Hill.
- Lee, D. Y., & Tsang, E. W. (2001). The Effect of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture

- Growth. *Journal of Management Studies* 38-4, 583-602.
- Lestari. (2012). Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Eksportir Kerajinan Keramik Di Plered, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review* 21 (1), 135–172.
- Lumpkin, G. T., & Dess., G. G. (2001). Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing* 16 (5), 429–451.
- Mahmood, R., & Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Science*.
- Manurung, A. (2006). *Bisnis UKM (Usaha Kecil Menengah)*. Jakarta: Kompas.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial Competencies of Women Entrepreneurs Pursuing Business Growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Ribeiro, S., & Kraus, S. (2018). An overview of entrepreneurship, innovation and sensemaking for improving decisions. Group Decision and Negotiation. doi: 10.1007/s10716-0189569-7, 313-320.
- Riduwan. (2010). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Kuncoro, E. (2008). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung:: Alfabeta.
- Sanchez, J. (2011). Entrepreneurship : Introduction. *Psicothema* 23(3), 424-426.
- Sarwoko, E., Surachman, Armanu, & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial Characteristics and Competency as Determinants of Business Performance in SMEs. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X. Volume 7, Issue 3 (Jan. - Feb. 201*
- Shaw, E., & Conway, S. (2000). Networking and the Small Firm. Enterprise and Small Business. UK: *Financial Times/Prentice Hall*.
- Susilo, Y. (2010). Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA. *Buletin Ekonomi*, 8 (2), 70-170.
- Tiwari, B., & Lenka, U. (2016). Building psychological safety for employee engagement in post-recession. *Development and Learning in Organizations: An International Journal* 30:1, 19-22.
- Witanti, W., & Abdillah, G. (2017). Pengembangan Sistem informasi Produk Unggulan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Cimahi. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 6 Nov 2017.
- Zimmerman, M., & Brouthers, K. (2012). Gender heterogeneity, entrepreneurial orientation, and international diversification. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), , 20-43.