

## TESIS

# **“PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH KOMPETENSI DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP KINERJA PELAKU UMKM MAKANAN KEMASAN DI KABUPATEN MAMUJU”**

Disusun dan diajukan oleh

**ANIS MID ROROH  
A012182006**



Kepada

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH KOMPETENSI  
DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP KINERJA PELAKU UMKM  
MAKANAN KEMASAN DI KABUPATEN MAMUJU**

disusun dan diajukan oleh :

**ANIS MID ROROH  
A012182006**

telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal  
**23 FEBRUARI 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping

**Prof. Dr. Hj. Siti Haerani, SE., M.Si**  
Nip. 19620616 198702 2 001

**Dr. Fauziah Umar, SE., M.Si**  
Nip. 19610713 198702 2 001

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen

**Prof. Dr. H. Syamsu Alam, SE., M. Si., CIPM**  
Nip. 19600703 199203 1 001

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin



**Prof. Dr. H. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM**  
Nip. 19640205 198810 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Anis Mid Roroh  
Nim : A012182006  
Program studi : Magister Manajemen  
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan Judul **Peran inovasi produk dalam memediasi pengeruh kompetensi dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja pelaku UMKM makanan kemasan di Kabupaten Mamuju**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 23 Januari 2021

Yang Menyatakan,



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ilahi Rabbi atas segala curahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Tak lupa pula shalawat dan salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang seperti pada saat ini. Semoga safaa'at beliau akan menjadi pertolongan bagi seluruh umatnya.

Penulisan tesis ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen pada Departemen Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar. Tesis yang diajukan oleh penulis merupakan tugas akhir yang berjudul "Peran inovasi produk dalam memediasi peneruh kompetensi dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja pelaku UMKM makanan kemasan di Kabupaten Mamuju". Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini pastilah terdapat kekurangan, sehingga telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam proses pembuatan tesis ini. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan tesis ini, yaitu kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Haerani, SE., M.Si selaku dosen Pembimbing Tesis I yang telah berkenan membimbing dengan penuh kesabaran dan

memberikan tambahan ilmu dan solusi dalam setiap permasalahan atas kesulitan yang peneliti dapatkan dalam penulisan tesis ini.

2. Ibu Dr. Fauziah Umar, SE., M.Si selaku dosen Pembimbing Tesis II yang telah membimbing dan meluangkan waktunya untuk memeriksa kesalahan-kesalahan yang terdapat dalam tesis ini terutama kesabaran beliau saat membimbing di masa pandemic covid dan keterbatasan jarak.
3. Bapak Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E., M.Si., CIPM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin serta sebagai penguji yang telah memberikan ilmu dan masukan-masukan kepada peneliti.
4. Suami tersayang atas semua do'a dan bantuan serta kesabaran dalam mendukung penulis selama penelitian dan menyelesaikan studi. Terima kasih dan do'a yang tulus buat mas byan dan adek olin semoga kesabaran kalian selama ibu belajar akan menguatkan kalian dalam menjalani masa depan.
5. Kepada Almarhum orang tua atas kasih sayang selama mendidik dan ibunda tercinta Hj. Bahariah Sei yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada peneliti, serta kepada kakak, adik, keponakan keluarga besar Mamuju, Jogja dan Surabaya yang telah mendukung dan tak henti-hentinya memberikan semangat dalam proses penyusunan tesis ini.
6. Seluruh dosen di Departemen Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, beserta ibu Lia dan pak Taufiq yang telah

sabar dan memberikan segala macam bantuan selama peneliti menjadi mahasiswi di Departemen Magister Manajemen.

7. Kepala Dinas dan Kepala Bidang beserta jajaran Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Mamuju yang telah meluangkan untuk diskusi dalam penelitian ini serta seluruh responden yang telah meluangkan waktunya mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai data primer bagi penelitian peneliti.
8. Kepada teman-teman angkatan 45 Magister Manajemen Universitas Hasanuddin yang selalu memberi semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Pihak lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu yang secara langsung maupun tidak langsung memberi bantuan kepada peneliti. Terima kasih atas bantuannya dan semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.

Makassar, Januari 2021

Anis Mid Roroh

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS</b> .....	lii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Kegunaan Penelitian .....	18
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	18
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	19
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	19
1.6 Sistematika Penelitian .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep .....	13
2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia .....	13
2.1.2 Kewirausahaan .....	14
2.1.2.1 Definisi Kewirausahaan .....	24
2.1.2.2 Manajemen Kewirausahaan.....	26
2.1.2.3 Dasar Kewirausahaan .....	26
2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	28
2.1.3.1 Gambaran Umum UMKM .....	28
2.1.3.2 Kalsifikasi UMKM .....	28

2.1.4	Kompetensi kewirausahaan .....	29
2.1.4.1	Definisi Kompetensi .....	29
2.1.4.2	Wirausaha Kompetitif .....	30
2.1.5	Motivasi Kewirausahaan .....	32
2.1.5.1	Definisi Motivasi .....	32
2.1.5.2	Hubungan Motivasi dengan kewirausahaan ...	33
2.1.5.3	Arti Penting Motivasi Wirausaha .....	34
2.1.6	Inovasi .....	35
2.1.6.1	Definisi Inovasi .....	35
2.1.6.2	Inovasi sebagai Kreativitas .....	37
2.1.6.3	Inovasi dalam berwirausaha .....	38
2.1.6.4	Manfaat Inovasi .....	39
2.1.7	Kemasan .....	40
2.1.7.1	Sejarah Kemasan .....	40
2.1.7.2	Kemasan sebagai Alat Komunikasi .....	40
2.1.7.3	Daya Tarik Kemasan .....	41
2.1.8	Kinerja .....	43
2.1.8.1	Definisi Kinerja .....	43
2.1.8.2	Indikator Kinerja .....	44
2.1.8.3	Pengukuran Kinerja .....	47
2.1.8.4	Manfaat pengukuran Kinerja .....	50
2.2	Tinjauan Empiris .....	51
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....</b>		<b>51</b>
3.1	Kerangka Konseptual .....	56
3.1.1	Keterkaitan antara Kompetensi Kewirausahaan terhadap Inovasi .....	56
3.1.2	Keterkaitan antara Motivasi Kewirausahaan terhadap Inovasi .....	58
3.1.3	Keterkaitan antara Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja.....	59

3.1.4	Keterkaitan antara Motivasi Kewirausahaan terhadap Kinerja.....	60
3.1.5	Keterkaitan antara Inovasi terhadap Kinerja .....	61
3.1.6	Keterkaitan antara Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja melalui Inovasi .....	62
3.1.7	Keterkaitan antara Motivasi Kewirausahaan terhadap Kinerja melalui Inovasi .....	64
3.2	Hipotesis Penelitian .....	66
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>68</b>
4.1	Rancangan Penelitian .....	68
4.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	69
4.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	70
4.3.1	Populasi .....	70
4.3.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	71
4.4	Jenis dan Sumber Data .....	72
4.4.1	Jenis Data .....	72
4.4.2	Sumber Data.....	73
4.5	Metode Pengumpulan Data .....	73
4.6	Definisi Operasional Penelitian .....	74
4.6.1	Variabel Penelitian .....	74
4.6.2	Definisi Operasional .....	75
4.7	Uji Validitas dan Reabilitas .....	77
4.7.1	Uji Validitas .....	78
4.7.2	Uji Reliabilitas.....	79
4.8	Teknik Analisis Data .....	81
4.8.1	Analisis Deskriptif .....	82
4.8.2	Analisis Jalur (Path Analysis) .....	83
<b>BAB V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>87</b>
5.1	Gambaran Deskripsi Responden .....	87
5.1.1	Umur Responden .....	87

5.1.2	Jenis Kelamin Responden .....	88
5.1.3	Status Perkawinan .....	89
5.1.4	Lama Berusaha .....	90
5.1.5	Tingkat Pendidikan Responden .....	90
5.2	Gambaran Deskripsi Variabel Penelitian .....	91
5.2.1	Kompetensi Kewirausahaan .....	91
5.2.2	Motivasi Kewirausahaan .....	99
5.2.3	Inovasi Produk.....	103
5.2.4	Kinerja.....	109
5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	115
5.3.1	Uji Validitas .....	115
5.3.2	Uji Reliabilitas .....	117
5.4	Analisis Hasil Penelitian .....	118
5.5	Menguji Hipotesis.....	121
5.5.1	Uji Hipotesis Simultan .....	121
5.5.2	Uji Hipotesis Parsial.....	122
5.6	Menduga Koefisien Jalur.....	124
5.6.1	Pengaruh Langsung.....	124
5.6.2	Pengaruh Tidak Langsung.....	126
5.6.3	Pengaruh Total .....	127
5.6.4	Kebaikan Model jalur dengan koefisiensi determinasi....	129
5.7	Pembahasan.....	131
5.7.1	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Inovasi... 131	
5.7.2	Pengaruh Motivasi Kewirausahaan terhadap Inovasi..... 132	
5.7.3	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja.... 133	
5.7.4	Pengaruh Motivasi Kewirausahaan terhadap Kinerja..... 134	
5.7.5	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja melalui Inovasi 135	
5.7.6	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja melalui Inovasi..... 136	
5.7.7	Pengaruh Motivasi Kewirausahaan terhadap Kinerja melalui Inovasi..... 137	

<b>BAB VII PENUTUP.....</b>	<b>140</b>
7.1 Kesimpulan.....	140
7.2 Saran.....	140
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>142</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>149</b>

## ABSTRACT

**ANIS MID ROROH.** *The Role of Product Innovation in Mediating The Influence of Entrepreneurial Competence and Entrepreneurial Motivation on The Performance of Micro Small and Medium Enterprises (MSME) of Packaged Food Producers in Mamuju District, South Sulawesi Province* (Supervised by **Siti Haerani**, and **Fauziah Umar**)

This study aims to analyze (1) the influence of entrepreneurial competence and entrepreneurial motivation on innovation products; (2) the direct influence of entrepreneurial competence, entrepreneurial motivation and innovation products on the performance of packaged food MSME actors in Mamuju Regency, and (3) the indirect effect of entrepreneurial competence, and entrepreneurial motivation through innovative products on the performance of package food MSME actors in Mamuju Regency.

This research was conducted using quantitative data, while the data collection techniques were observation, questionnaires and interviews. The sampling technique used in this study was sampling with a saturated sampling method where the researcher used all members of the population totaling 70 business actors. Data testing was done by using validity, reliability and hypothesis testing. The data obtained were analyzed by descriptive analysis and path analysis.

The results show that (1) entrepreneurial competence and entrepreneurial motivation have a positive and significant effect on innovation products; (2) entrepreneurial competence, entrepreneurial motivation, and innovation products have a positive and significant effect on the performance of packaged food MSME actors in Mamuju Regency, and (3) Entrepreneurial competence and entrepreneurial motivation through innovation products have an indirect effect on the performance of packaged food MSME actors in Mamuju Regency.

**Keywords:** Entrepreneurial, Competence, Motivation, Innovation, Performance



## ABSTRAK

**ANIS MID ROROH.** *Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produsen Makanan Kemasan di Kabupaten Mamuju, Provinsi Sulawesi Barat* (dibimbing oleh Siti Haerani dan Fauziah Umar).

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh (1) kompetensi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap produk inovasi; (2) pengaruh langsung kompetensi kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan produk inovasi terhadap kinerja pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) makanan kemasan di Kabupaten Mamuju ; dan (3) pengaruh tidak langsung kompetensi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha melalui produk inovasi terhadap kinerja pelaku UMKM makanan kemasan di Kabupaten Mamuju.

Penelitian ini berjenis kuantitatif. Pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi, penyebaran kuesioner, dan wawancara. Teknik penyampelan yang digunakan adalah sampel jenuh karena menggunakan semua populasi sebanyak tujuh puluh pelaku usaha. Pengujian data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kompetensi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk inovasi; (2) kompetensi kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan produk inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku UMKM makanan kemasan di Kabupaten Mamuju; dan (3) kompetensi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha melalui produk inovasi berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja pelaku UMKM makanan kemasan di Kabupaten Mamuju.

Kata kunci: *entrepreneurial, competence, motivation, innovation, performance*



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Gambaran Tingkat Perkembangan UMKM..... 3
Tabel 1.2	Presentase Tingkat Pendidikan pelaku UMKM ..... 7
Tabel 1.3	Gambaran Tingkat Perkembangan UMKM di kab. Mamuju..... 11
Tabel 1.4	Jumlah UMKM Produksi Olahan Kemasan di Kab. Mamuju ..... 12
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu ..... 52
Tabel 4.1	Tabel Variabel dan Indikator ..... 76
Tabel 5.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia ..... 87
Tabel 5.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 88
Tabel 5.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Status Perkawinan..... 89
Tabel 5.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Berusaha..... 90
Tabel 5.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 90
Tabel 5.6	Kategori Nilai Rata – rata ..... 91
Tabel 5.7	Deskripsi Frekuensi Pernyataan Kompetensi Kewirausahaan(X1).....93
Tabel 5.8	Deskripsi Frekuensi Pernyataan Motivasi Kewirausahaan (X2)..... 100
Tabel 5.9	Deskripsi Frekuensi Pernyataan Inovasi Produk (Y1)..... 104
Tabel 5.10	Deskripsi Frekuensi Pernyataan Kinerja (X2)..... 110
Tabel 5.11	Hasil Uji Validitas Instrumen..... 115
Tabel 5.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen..... 118
Tabel 5.13	Hasil Uji Hipotesis Simultan..... 121
Tabel 5.14	Hasil Uji Hipotesis Parsial..... 122
Tabel 5.15	Koefisien Jalur Persamaan Struktural..... 124
Tabel 5.16	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total..... 128
Tabel 5.17	Koefisien Determinasi Persamaan Struktural..... 129

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era globalisasi adalah masa dimana meningkatnya saling keterkaitan di berbagai belahan dunia melalui berbagai perubahan proses ekonomi, lingkungan, politik dan kebudayaan. Dampak dari proses ini salah satunya kebebasan masuknya barang produksi dari negara lain yang menimbulkan suatu keadaan yang lebih kompetitif sehingga dibutuhkan keunggulan bersaing agar tetap bertahan. Semakin ketatnya persaingan, suatu usaha atau perusahaan harus fleksibel, kreatif dan inovatif sehingga bisa menghadapi persaingan dengan efektif dan efisien. Semua negara bersaing untuk bisa masuk dan bertahan pada pasar global, tak terkecuali bangsa Indonesia dimana cita – cita luhur bangsa Indonesia dalam mencapai bangsa dan negara yang berdaulat dan berkeadilan yang merata bagi rakyatnya adalah tujuan dasar negara yang tertuang dalam Pembukaan Undang – undang dasar 1945, dan telah dituangkan dalam kebijakan di beberapa orde pemerintahan. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memberi kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. UMKM memiliki pasar yang luas dan mampu menyerap banyak tenaga kerja.

Keberadaan UMKM yang makin besar jumlahnya sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Jumlah tersebut mencapai 99,9% dan penyerapan tenaga kerja sampai 97%. Pada triwulan pertama tahun 2019, UMKM menyumbang terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) hingga 60,34% dengan jumlah usaha kecil di Indonesia mencapai 93%, usaha menengah 5,1% dan Usaha besar 1% (Deputi Bidang Ekonomi Makro dan Keuangan, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, *Merdeka.com* Jakarta, 6 Juli 2019). Hal ini meningkat pada data terakhir yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2018 bahwa usaha mikro berjumlah 64.053.788 unit usaha dengan pangsa pasar 98,7% dengan kenaikan sebanyak 2,04% dari tahun sebelumnya, Usaha kecil sebesar 795.671 unit usaha dengan pangsa pasar 1,2% dengan kenaikan 3,56% dari tahun sebelumnya dan untuk usaha menengah sebesar 60.017 unit usaha dengan pangsa pasar 0,01% dan meningkat secara signifikan sebesar 1,67%. (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, data diolah dari Badan Pusat Statistik Tahun 2017).

Perkembangan UMKM yang sangat pesat ini harus didukung dengan pengembangan usaha dengan mengedepankan penyediaan pelayanan yang baik pada konsumen, pengembangan kapabilitas baru dan komitmen pada kualitas, pengembangan inovasi, kreativitas, inisiatif serta pengelolaan sumber daya manusia secara lebih efektif. Dukungan pemerintah pusat pada UMKM daerah sangat diperlukan dalam pertumbuhan usaha produktif yang nantinya akan berperan menyokong sendi perekonomian nasional.

Tabel 1.1. Gambaran Tingkat Perkembangan UMKM di Indonesia

No	Indikator Usaha	2015	2016	2017	2018	Persen pertumbuhan terakhir
1	Mikro	58.521.987	60.863.578	62.106.900	64.053.788	2,04%
2	Kecil	681.522	731.047	757.090	795.671	3,56%
3	Menengah	59.263	56.551	58.627	60.017	3,67%
4	Besar	4.987	5.370	5.460	5.573	1,67%
Jumlah		59.267.759	61.656.547	62.928.077	64.915.049	2,06 %

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM yang diolah dari data BPS

Fenomena diatas menunjukkan bahwa Usaha kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya. Di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah mengalami peningkatan, namun tidak ada peningkatan yang signifikan terhadap kategori usaha.

Dikutip dari Sambutan Menteri Koperasi dan UMKM Republik Indonesia AAGN. Puspayoga pada Peringatan Hari Koperasi Nasional di Purwokerto tahun 2019 dimana reformasi total yang telah dijalankan dalam rentang waktu lima tahun terakhir ini, pada dasarnya mendorong koperasi dan UMKM untuk dapat beradaptasi dan bertransformasi dalam menghadapi lingkungan yang senantiasaberjalan dinamis. Pelaku

usaha disiapkan untuk mempunyai kreativitas dan inovasi yang tinggi untuk menata organisasi dan strategi bisnisnya. Oleh karena itu inovasi dengan memanfaatkan teknologi digital dengan menggunakan platform *e-commerce*, aplikasi retail *on-line* dan pengembangan aplikasi – aplikasi bisnis lainnya akan terus dikembangkan untuk usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia. Dengan ini pula lah usaha mikro kecil melalui berbagai gerakan koperasi dan UKM dapat merangkul generasi milenial yang saat ini jumlahnya telah mencapai sepertiga dari jumlah penduduk Indonesia.

Selaras dengan program pembangunan ekonomi pemerintah Indonesia itulah, dimana titik tolak diarahkan pada peningkatan kesejahteraan dan pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan ekonomi rakyat, maka diperkirakan Indonesia memerlukan tambahan sekitar 20 juta unit usaha baru di luar sektor pertanian, dalam 15 tahun mendatang dalam rangka meningkatkan daya dukung pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja bagi penduduk Indonesia. Hal ini berarti harus menumbuhkembangkan 1,3 juta unit usaha baru di Indonesia setiap tahunnya, padahal infrastruktur untuk mewujudkannya relatif sangat terbatas. Pengembangan wirausaha baru terkait dengan upaya menumbuhkan lingkungan usaha yang kondusif, menumbuhkan kemauan masyarakat untuk berwirausaha, meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berwirausaha.

Setiap tahun UMKM di Indonesia semakain berkembang, namun jika melihat kondisi yang sesungguhnya dilapangan banyak di antaranya yang masih belum mampu bersaing dan belum bisa berkembang bahkan sampai hampir gulung tikar. Permasalahan yang dialami oleh UMKM dapat dipengaruhi faktor internal meliputi kualitas SDM yang rendah, lemahnya peningkatan akses dan pengembangan pasar, lemahnya struktur permodalan, lemahnya organisasi dan manajemen serta terbatasnya jaringan usaha dan kerjasama dengan pelaku- pelaku ekonomi lainnya. Sedangkan kendala eksternal meliputi

akses sarana dan prasarana ekonomi yang belum memadai, iklim usaha yang kurang kondusif karena banyaknya persaingan yang kurang sehat.

Rendahnya produktivitas dan kinerja UMKM di Indonesia disebabkan rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) atau dengan kata lain kompetensi kewirausahaan yang masih rendah. Hal ini ditunjukkan oleh rendahnya pengembangan dan penguasaan ilmu pelaku UMKM dibidang manajemen, organisasi, teknologi, pemasaran dan kompetensi lainnya yang diperlukan dalam mengelola usaha terutama pada kemauan tentang berwirausaha. Selain itu, budaya sumber daya UMKM kita yang tidak profesional menjadi kendala tersendiri bagi peningkatan kualitas SDM. Disamping kondisi yang dihadapi oleh UMKM dengan latar belakang pendidikan pelaku UMKM rendah, sehingga sulit memahami atau menguasai tentang cara meningkatkan kualitas dan standarisasi produk, memperluas dan meningkatkan akses pembiayaan, memperkuat dan meningkatkan akses teknologi untuk pengembangan UMKM, meningkatkan akses promosi di dalam dan luar negeri, dan membangun jejaring bisnis global.

Wibowo (2013) mendefinisikan bahwa kompetensi adalah keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting, sebagai unggulan bidang tersebut. Sedangkan kompetensi kewirausahaan merupakan suatu adanya UKM di tuntut untuk memiliki kompetensi kewirausahaan agar dapat bertahan dan unggul dalam persaingan. Fenomena kompetensi kewirausahaan pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Mamuju ditunjukkan dari tingkat pendidikan baik formal maupun tidak namun pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki diluar dari pendidikan formal juga mempengaruhi tingkat keberhasilan usaha mereka. Selama ini melalui Dinas Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kabupaten Mamuju bekerja sama dengan Pemerintah Daerah provinsi Sulawesi Barat mengembangkan UMKM melalui berbagai kegiatan vocational, praktek lapangan dan

pendampingan UMKM. Kompetensi kewirausahaan yang merupakan suatu pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya, diharapkan dapat meningkat dengan menilai kerja keras, semangat kerjasama, keinovatifan. Kegiatan pengembangan kompetensi ini juga akan sangat manfaat jika didorong oleh semangat usaha atau motivasi berwirausaha dengan menghadirkan pihak yang bisa menginspirasi melalui sukses story diu setiap bimbingan teknis yang dilaksanakan.

Oleh karena itu pengembangan kompetensi kewirausahaan UMKM harus disertai dengan pengembangan program tentang motivasi berwirausaha. Robbin (2014 :127) mengartikan motivasi sebagai proses yang menjelaskan tentang kekuatan, arah, dan ketekunan dalam upaya untuk mencapai tujuan. Kurangnya motivasi pelaku usaha untuk berani mengambil resiko berdampak pada minimnya minat berwirausaha maupun mengembangkan usaha. Padahal mayoritas pengusaha yang berhasil adalah mereka yang mempunyai motivasi kuat dalam mendorong tindakan usaha mereka. Dalam penelitiannya, Subandono (2007) mengemukakan bahwa motivasi usaha adalah kecenderungan hati pada diri subjek untuk tertarik menciptakan atau mengembangkan suatu usaha denga mengorganisir, mengatur dan menanggung resiko serta terus menerus mengembangkan usaha tersebut. Minat usaha berarti keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras, mandiri serta selalu belajar dari kegagalan yang dialami.

Tabel 1.2. Presentase tingkat pendidikan pelaku UMKM di Indonesia

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Usia Sekolah / Presentase Tingkat Pendidikan
1	SLTA	73.858.678 / 44,1%
2	D-3	1.987.984 / 7,4 %
3	S-1	31.467.345 / 17,9 %

Sumber: Badan Pusat Statistik Nasional tahun 2018

Salah satu hasil survei menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pengusaha UKM di Indonesia adalah SLTA sebanyak 73.858.678 pelaku usaha (44,1 persen), sebanyak 11.987.984 pelaku usaha berpendidikan D-3 (7,4 persen), dan S-1 31.467.345 atau (17,9 persen) dan sisanya di bawah SLTA atau tidak berpendidikan. Fakta ini sebenarnya menepis pandangan bahwa pendidikan UMKM di Indonesia relatif rendah. Namun peningkatan kualitas SDM sangat diperlukan terutama di bidang kompetensi SDM seperti knowledge, skill dan ability serta attitude dalam berwirausaha. Pengembangan SDM harus dilakukan tidak hanya kepada UMKM sebagai pemilik usaha, tetapi juga para pekerjanya. Semangat kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung pengembangan teknologi menjadi penting dalam fokus penguatan SDM. Di sisi lain, penggunaan teknologi makin penting mengingat 60 persen proses produksi UMKM masih dilakukan secara sederhana. Ini mengindikasikan bahwa penguasaan ilmu dan teknologi serta keahlian pemasaran oleh SDM UMKM masih sangat terbatas.

Kinerja UMKM sangat di butuhkan bagi pelaku UMKM untuk bisa bersaing dan berkembang agar tetap maju dan tetap eksis. Namun dari data diatas menunjukkan bahwa sektor ini belum diimbangi dengan kontribusi terhadap nilai Produk Domestik Bruto (PDB) dan nilai ekspor yang relatif masih rendah bila dibandingkan dengan populasi pelaku UMKM).

Kinerja merupakan usaha yang dilakukan sebagai suatu wujud hasil kerja. Sehingga hasil dari pekerjaan itu sendiri menunjukkan kinerja. Suatu UMKM, jika sudah memiliki kinerja yang baik maka UMKM tersebut dapat bersaing hingga mencapai pada keunggulan bersaing dengan perusahaan lain. Agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya. Setiap pelaku usaha UMKM harus memiliki kompetensi usaha

yang merupakan pengetahuan, sikap dan keterampilan mengenai bagaimana suatu produk itu dipasarkan yang terhubung satu dengan lainnya. Berbagai keterampilan itulah yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya agar sesuai dengan target pasar (Moeheriono: 2014).

Untuk dapat meningkatkan kinerja usahanya maka UMKM tersebut maka pelaku usaha UMKM harus bisa menggali dan memanfaatkan kompetensi wirausaha serta memupuk terus motivasi berwirausaha yang dimiliki dengan sentuhan inovasi usaha untuk mendapatkan kinerja yang memuaskan. Dalam era globalisasi seperti sekarang ini di mana situasi persaingan dalam pasar semakin tajam, “estetika” dapat berfungsi sebagai “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menarik perhatian konsumen. Pertarungan produk tidak lagi terbatas pada keunggulan kualitas atau teknologi canggih semata, tetapi juga pada usaha untuk mendapatkan nilai tambah untuk memberikan emotional benefit kepada konsumen.

Kemampuan umum merupakan kompetensi yang diperlukan atau dituntut untuk mendukung penampilan (performance) seseorang dalam suatu pekerjaan tertentu yang mencakup sejumlah tingkah laku yang amat penting. Kompetensi yang diperlukan dapat berupa keahlian, pengetahuan, pengertian atau pemahaman dan nilai-nilai yang harus dimiliki. Kompetensi oleh (Sarwoko, et al. 2013) dijabarkan berupa beberapa aspek yaitu:

- a. *Skill* atau keterampilan yang merupakan unjuk kemampuan dari keahlian yang dimiliki seseorang misalnya kemampuan berkomunikasi secara efektif, kemampuan bernegosiasi.
- b. *Knowledge* atau pengetahuan berkenaan dengan akumulasi dari area-area utama dari keahlian yang dinilai seseorang.

c. *Ability* atau kemampuan secara umum dalam suatu cara yang jelas, misalnya fleksibilitas seseorang dalam menghadapi situasi.

Kompetensi dan motivasi usaha pelaku UMKM harus terus bisa beradaptasi dengan perkembangan pasar untuk bisa terus bertahan dengan didukung kemampuan berinovasi pada produk yang dihasilkan. Inovasi merupakan faktor utama yang mempengaruhi kinerja, kelangsungan hidup jangka panjang dan keberlanjutan dalam organisasi. Beberapa penelitian terdahulu secara studi empiris mengkonfirmasi bahwa ada hubungan positif antara inovasi dan kinerja termasuk kualitas produk atau pelayanan, kinerja operasional, kinerja pasar dan kinerja keuangan (Sulistiyandari et al, 2016). Inovasi produk terkait dengan perolehan keunggulan kompetitif di pasar dengan menggunakan teknologi baru dan menciptakan produk yang lebih baik. Inovasi produk juga dikaitkan dengan keunggulan kompetitif pasar melalui efisiensi proses yang dirancang dan diimplementasikan dengan baik. Secara umum inovasi dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Salah satu usaha pengembangan UMKM yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Mamuju adalah dengan membuka sentra pengemasan produk sebagai upaya untuk menghadapi persaingan perdagangan dan memberikan wadah bagi pelaku usaha untuk berinovasi dengan desain kemasan produknya. Daya tarik suatu produk diharapkan dapat meningkat dengan kemasannya dimana kemasan merupakan “pemicu” karena ia langsung berhadapan dengan konsumen. Dengan pengembangan melalui mesin kemasan di kantor Dinas ini diharapkan kemasan dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif, dalam hal ini membeli produk karena tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan.

Salah satu fenomena UMKM Kabupaten Mamuju ada pada lemahnya produk untuk berkompetisi pada kemasan menjadi salah satu masalah utama yang dihadapi.

Padahal, kemasan merupakan kunci bagi produk untuk lebih "menjual" dan memiliki nilai tambah. sebagian besar UMKM di Mamuju masih mengemas produknya dengan tampilan yang tidak menarik. Sebab, masih ada pandangan bahwa kemasan itu mahal. Pandangan itu ada karena UMKM mengira dibutuhkan alat yang mahal untuk mengemas produk makanan atau pun minumannya agar apik dilihat konsumen. Padahal disisi lain kemasan yang seadanya justru akan merusak produk dan menjadikan produk tidak tahan lama serta justru membuat kerugian pada pelaku usaha.

Tabel 1.3. Gambaran Tingkat Perkembangan UMKM di Kabupaten Mamuju

No	Indikator Usaha	2015	2016	2017	2018	2019
1	Mikro	4.689	4.784	4.597	4.866	5.088
2	Kecil	2.855	2.356	2.974	3.124	3.743
3	Menengah	617	632	651	693	714
Jumlah UMKM		8.161	7.772	8.222	8.683	9.545

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Mamuju

Fenomena di kabupaten Mamuju lebih banyak UMKM yang belum mampu menciptakan kemasan yang bisa bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif, khususnya UMKM yang berusaha di daerah. Banyak faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi, sekaligus menjadi tantangan bagi seluruh stakeholder yang berkaitan dengan pengembangan UMKM. Urusan kemasan terlihat kecil dalam kaca mata pengembangan UKM, namun keterkaitan dan dampaknya akan sangat kompleks dan mempengaruhi signifikansi pengembangan UMKM itu sendiri.

Tabel 1.4. Jumlah UMKM Produksi Olahandan Kemasan di Kabupaten Mamuju

No	Jenis Produksi	2015	2016	2017	2018	2019
1	Olahan	321	385	411	371	347
2	Olahan kemasan	37	46	49	56	70
Jumlah UMKM dan Besar		358	431	460	427	417

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM yang diolah dari data BPS

Salah satu yang berpengaruh dalam penciptaan kemasan yang menarik dan mampu berkompetisi adalah kreatifitas dan kompetensi wirausaha para pelaku UMKM. Kreatifitas penciptaan kemasan tersebut bisa dilakukan oleh pelaku UMKM, bisa juga oleh pihak lain yang bekerja sama dengan para pelaku UMKM. Namun banyak pelaku UMKM di daerah khususnya di Kabupaten Mamuju, kreativitas pada dua aspek itu masih sangat lemah. Disitulah letak persoalan penciptaan kemasan yang kompetitif bagi para pelaku UMKM. Sebagai contoh, packaging produk UMKM khususnya produsen makanan kemasan di Mamuju Sulawesi Barat kurang menarik padahal produk rasa dari makanannya sebenarnya menarik, memiliki khas tersendiri dan bisa bersaing. Fenomena tersebut menjadi tantangan bagaimana inovasi para pelaku usaha dapat meningkat dalam membuat kemasan produk agar kemampuan berwirausaha mereka dapat meningkat secara signifikan.

Pertumbuhan ekonomi Sulawesi barat tahun 2019 berdasar Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku mencapai 43,54 triliun Rupiah, sedang atas dasar harga konstan tahun 2019 mencapai 31,18 triliun Rupiah. Di tahun ini ekonomi Sulawesi Barat tumbuh sebesar 6,23%. Semua lapangan usaha mengalami pertumbuhan

positif, akan tetapi lapangan kerja tersebut belum memiliki kontribusi secara signifikan terhadap perekonomian di Sulawesi Barat. Hal ini bisa disebabkan karena perkembangan ekonomi lebih banyak pada sektor mikro yang dijalankan oleh Pelaku UMKM dengan sumber daya yang terbatas

Di Provinsi Sulawesi Barat yang baru berusia 14 tahun, pada tahun 2019 tercatat jumlah UMKM adalah 20.330 yang tersebar di 6 (enam) kabupaten. Sedangkan di Kabupaten Mamuju terdapat 9.545 UMKM yang terbagi sebanyak 5.088 usaha mikro, 3.743 usaha kecil dan sejumlah 714 usaha menengah. Jumlah pelaku usaha bidang pengolahan makanan mencapai 67% dari total pelaku UMKM yang bergerak pada bidang produksi makanan di Kabupaten Mamuju Sulawesi barat dan sebesar 20,17% dari total UMKM produksi olahan makanan merupakan pelaku UMKM produsen makanan kemasan. Jumlah ini sangat potensial untuk ditingkatkan produktivitasnya namun kontribusi dari hasil usaha ini belum bisa membantu peningkatan pertumbuhan ekonomi secara cepat dan merata.

Dari fenomena di atas maka pengembangan kompetensi wirausaha UMKM harus diperhatikan, sehingga mampu menciptakan tenaga kerja Wirausaha yang dapat bersaing secara terbuka di pasar global. Disamping itu peningkatan SDM pelaku usaha dengan berbagai program peningkatan motivasi berwirausaha juga sangat diperlukan untuk meningkatkan perkembangan UKM dengan program yang kompetitif inovatif. Oleh karena itu, penting bagi UMKM memahami mengenai kompetensi kewirausahaan, untuk meminimalisir adanya kendala-kendala tersebut, sehingga UKM dapat terus berkembang dan juga dapat mencapai keunggulan bersaing. Tidak hanya di kompetensi kewirausahaan, salah satu masalah internal yang di hadapi oleh suatu UMKM yaitu rendahnya minat atau motivasi dalam berusaha atau mengembangkan usaha. Hal ini juga harus di tingkatkan oleh suatu UMKM. jika suatu UMKM memiliki motivasi dan

kompetensi usaha yang baik maka kinerja UKM tersebut akan meningkat dan dapat bersaing dengan perusahaan yang lain.

Pelaksanaan pengembangan motivasi berwirausaha dan kompetensi kewirausahaan dengan melibatkan peran industri kreatif dan inovatif diperlukan data kongkrit bagaimana profil Kompetensi SDM dan kewirausahaan yang kita miliki saat ini dan apakah ada pengaruhnya terhadap kinerja. Oleh karena itu untuk memenuhi data dan informasi kongkrit tersebut perlu dilakukan kajian yang mendalam melalui suatu penelitian di bidang ini. Berdasarkan latar belakang tersebut dan dalam upaya berpartisipasi pada pengembangan SDM usaha mikro kecil dan menengah khususnya para pengelola UMKM Sulawesi Barat maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Peran inovasi produk dalam memediasi pengaruh kompetensi dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja pelaku UMKM makanan kemasan di Kabupaten Mamuju”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Terjadinya kesenjangan antara cita-cita ideal UMKM khususnya di Sulawesi Barat dengan realitas yang ada menunjukkan adanya permasalahan serius pada UMKM itu sendiri. Permasalahan tersebut disebabkan oleh kelemahan yang dimiliki oleh UKM diantaranya : a) Sistem pelaporan keuangan yang tidak memenuhi standar, b) keterbatasan modal usaha, c) kelemahan dalam akses pasar, d) kemampuan manajerial yang terbatas, e) skala ekonomi yang terlalu kecil, f) kemampuan pemasaran dan negosiasi dan diversifikasi pasar sangat terbatas serta g) kemampuan untuk mendapat sumber dana dari pasar modal rendah. h) motivasi usaha yang rendah sehingga tingkat kreativitas inovasi juga rendah.

Kemampuan usaha kecil untuk mencapai keberhasilan tertentu di antaranya dipengaruhi oleh faktor kewirausahaan. Implikasi dari penerapan konsep kewirausahaan itu sendiri dalam organisasi bisnis dinyatakan bahwa apabila pengusaha ingin berhasil dalam menghadapi persaingan yang terbuka dalam era global saat ini harus memiliki jiwa kewirausahaan dan menjaga motivasi usaha dengan terus berupaya kreatif dan inovatif, terlebih melihat kondisi saat ini tentu diperlukan wirausaha yang modern, yang lebih memiliki wawasan, berpikiran jauh ke depan, senantiasa mengikuti perkembangan, terbuka terhadap konsep dan ide baru. Dengan pandangan yang jauh ke depan, selalu berkarya dan berkarsa, menciptakan sesuatu yang baru, terbuka terhadap pengalaman yang baru, termasuk tidak puas dengan apa yang dilakukan saat ini merupakan sisi keberhasilan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tersebut yang terkait dengan kompetensinya. Namun demikian aplikasi dari hal-hal itu ternyata masih menjadi kendala pengusaha meraih keberhasilan dalam berusaha. Salah satu penentu keberhasilan tersebut adalah kompetensi kewirausahaan yang didorong oleh motivasi usaha serta dalam hal ini kreativitas maupun inovasi sebagai penentu yang merupakan ciri wirausaha.

Suatu kenyataan bahwa sumber daya manusia usaha kecil umumnya berpendidikan rendah, tidak memiliki keterampilan manajemen dan bisnis memadai, dan meski sebagian dari mereka telah memiliki semangat kewirausahaan pada tingkat tertentu, tetapi tanpa keterampilan teknis di bidang manajemen, pengorganisasian produksi, penguasaan teknologi dan informasi, mereka akan mengalami kesulitan untuk berinteraksi dan bersaing dengan pelaku bisnis lain yang sudah terbiasa menerapkan keterampilan manajemen modern.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut dalam penelitian dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat?
- b. Apakah motivasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi pelaku usaha usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat?
- c. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat?
- d. Apakah motivasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pelaku usaha usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat?
- e. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat?
- f. Apakah kompetensi kewirausahaan yang dimediasi oleh inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pelaku usaha usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat?
- g. Apakah motivasi kewirausahaan yang dimediasi oleh inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pelaku usaha usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap inovasi produk pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat.

- b. Untuk menganalisis pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap inovasi pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat.
- d. Untuk menganalisis pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap kinerja pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat.
- e. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat.
- f. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan yang dimediasi oleh inovasi produk terhadap inovasi pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat.
- g. Untuk menganalisis pengaruh motivasi kewirausahaan yang dimediasi oleh inovasi produk terhadap inovasi pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Toeritis**

Ditinjau dari aspek teoritis, manfaat penelitian ini adalah:

- a. Adanya analisis dan pembuktian pengaruh kompetensi kewirausahaan yang dimediasi oleh inovasi terhadap kinerja pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Sulawesi Barat.

- b. Adanya analisis dan pembuktian pengaruh motivasi kewirausahaan yang dimediasi oleh inovasi terhadap kinerja pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Sulawesi Barat.
- c. Ditemukan faktor – faktor dari kompetensi kewirausahaan yang berkorelasi dengan motivasi kewirausahaan yang mempunyai pengaruh dominan yang berdampak pada kinerja pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Sulawesi Barat.
- d. Ditemukan pengaruh yang signifikan dari inovasi dalam memediasi kompetensi kewirausahaan dan motivasi kewirausahaan pada kinerja pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Sulawesi Barat.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Ditinjau dari aspek praktis penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat antara lain:

- a. Memperkaya literatur dan khasanah keilmuan terutama terkait dengan permasalahan kompetensi kewirausahaan dan motivasi kewirausahaan yang mediasi oleh inovasi terhadap kinerja pelaku usaha mikro kecil dan menengah produsen makanan kemasan di Sulawesi Barat
- b. Sebagai bahan evaluasi dan monitoring serta membantu dalam pengambilan kebijakan tentang program pengembangan UMKM khususnya di Provinsi Sulawesi sector produksi olahan makanan kemasan dimana hal ini merupakan program Nasional yang terus digiatkan di daerah.

#### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian merupakan batasan dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Penelitian ini akan dilakukan di Kabupaten Mamuju di Sulawesi Barat. Hal

tersebut dipilih karena di Kabupaten Mamuju terdapat pengolahan makanan kemasan namun potensi kompetensi dan motivasi kewirausahaan pelaku usaha beragam sesuai dengan potensi sumber manusia dan sumber daya alam masing – masing. Lokasi penelitian dipilih dengan pertimbangan sesuai dengan lokasi dan bidang kerja penulis, serta kepentingan untuk monitoring dan evaluasi program pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Sulawesi Barat khususnya Kabupaten Mamuju dimana hal ini merupakan program nasional yang menjadi salah satu fokus visi misi pemerintahan serta merupakan janji kerja Gubernur Provinsi Sulawesi Barat yang tertuang pada poit ke empat.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini terdiri dari 7 (tujuh) Bab

a. Bab I : Pendahuluan

Pada Bab Pendahuluan memuat latar belakang masalah yaitu uraian tentang masalah kenapa penelitian ini perlu dilakukan, rumusan masalah dimana akan diuraikan latar belakang masalah menjadi pernyataan penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti, kegunaan penelitian dimana diharapkan manfaat yang akan dicapai guna pengembangan pengetahuan dan pembangunan, ruang lingkup penelitian yang membatasi cakupan wilayah penelitian dan sistematika penelitian yang menjelaskan bagian besar tiap bab pada penelitian yang akan dilakukan.

b. Bab II : Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka yang terdiri dari tinjauan teori dan konsep serta tinjauan empiris dan hasil penelitian terlebih dahulu yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

c. Bab III : Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Pada bab ini direncanakan berisi tentang kerangka hubungan berbagai konsep yang diteliti yang arahnya menjawab pertanyaan penelitian atau rumusan masalah, serta hipotesis yang menunjukkan hubungan logis antar variable yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji

d. Bab IV : Metode Penelitian

Terdiri atas rancangan penelitian yang menjelaskan tentang rancangan atau desain penelitian, tempat dan waktu penelitian yang menyebutkan tempat dan kondisi wilayah, serta waktu pelaksanaan penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data dimana jenis dan sumber data berhubungan dengan pemilihan metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, metode pengumpulan data dan teknis analisis data

e. Bab V : Hasil Penelitian

Pada bab ini dijelaskan tentang diskripsi data dan diskripsi hasil penelitian

f. Bab VI : Pembahasan

Tujuan pembahasan adalah menjawab pertanyaan penelitian atau rumusan masalah, menafsirkan temuan-temuan, mengintegrasikan hasil dan temuan pada ilmu atau teori yang telah mapan, memodifikasi teori yang ada atau menyusun teori baru

g. Bab VII : Penutup

Berisi tentang kesimpulan berupa pernyataan singkat, implikasi penelitian yang berupa implikasi teoritis dan praktis, keterbatasan penelitian dan saran saran kepada berbagai aspek agar tujuan dan manfaat penelitian yang diuraikan di bab sebelumnya dapat diwujudkan.

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Tinjauan Teori dan Konsep**

**2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia**

Bangsa Indonesia kini telah mengalami permasalahan begitu kompleks, hampir di segala aspek kehidupan, dari lokal hingga nasional. Salah satu contoh adalah pada bidang perekonomian negara yang kian lama tak kunjung membaik. Hal ini ditandai dengan angka pengangguran yang setiap tahun semakin meningkat. Selain itu, masih banyak sumber daya manusia di Indonesia yang kurang memiliki kemauan, semangat serta kemampuan yang cukup untuk berkembang dan bersaing dengan sumber daya manusia yang lain. Permasalahan tersebut harus mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah, baik melalui pelatihan kewirausahaan maupun melalui pendidikan. Pendidikan sangat berguna untuk menumbuhkembangkan potensi atau kemampuan yang ada pada Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada.

Sumber daya manusia menjadi tantangan tersendiri bagi manajemen, karena keberhasilan manajemen dan yang lainnya bergantung pada kualitas sumber daya manusia serta di dukung oleh beberapa faktor produksi lainnya. Walaupun aktivitas suatu organisasi tersebut mempunyai modal yang sangat besar dan teknologi modern, bagaimanapun majunya teknologi tanpa adanya dukungan manusia sebagai sumber dayanya, maka rencana perusahaan tidak akan pernah tercapai, dengan demikian sumber

daya manusia sangatlah penting untuk diberikan arahan serta bimbingan manajemen yang handal dari perusahaan pada umumnya dan manajemen sumber daya manusia pada khusus (Hariani dkk: 2015).

Manajemen sumber daya manusia adalah manajemen yang memfokuskan diri memaksimalkan kemampuan karyawan atau anggotanya melalui berbagai langkah strategis dalam rangka meningkatkan kinerja menuju pengoptimalan tujuan organisasi menurut (Edison dkk, 2016). Jadi manajemen sumber daya manusia adalah pemanfaatan sejumlah individu untuk mencapai tujuan organisasi. Konsekuensinya para manajer di setiap tingkat harus melibatkan diri mereka dengan manajemen SDM tersebut (Mondy, 2008)

Beberapa definisi yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli diatas, maka dapat membangun sebuah pemahaman baru bahwa manajemen adalah seni dalam kegiatan perencanaan, penelolaan dan pengembangan segala potensi sumber daya manusia serta hubungan antar manusia dalam suatu organisasi kedalam sebuah desain tertentu yang sistematis, sehingga manusia mencapai tujuan baik individu masyarakat maupun organisasi. Selain itu manajemen sumber daya manusia bisa dikatakan modal yang dimiliki oleh sebuah usaha yang dapat terus dikembangkan untuk kemajuan suatu usaha atau untuk mencapai tujuan organisasi

## **2.1.2 Kewirausahaan**

### **2.1.2.1 Definisi kewirausahaan**

Pada dasarnya inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different) melalui berfikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang (Drucker, 2002). Oleh karenanya, apabila mengacu pada orang yang melaksanakan proses gagasan, memadukan sumberdaya

menjadi realitas, muncul yang dinamakan wirausaha (Entrepreneur). Sering dikemukakan bahwa rumusan Entrepreneur yang berkembang sekarang ini kebanyakan berasal dari konsep Schumpeter (1934), dimana dia menjelaskan bahwa entrepreneur merupakan pengusaha yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru dalam bidang teknik dan komersial ke dalam bentuk praktek (Meredith, 2005).

Oleh karena itu dalam kewirausahaan, manajemen dan sumber daya manusia sangat berperan penting dalam pengembangan usaha. Dalam kegiatan berwirausaha, manusia diisyaratkan memiliki ketrampilan dan kemampuan berinovasi yang baik di bidang usaha, selain itu hal yang menunjang berwirausaha adalah memiliki minat untuk berwirausaha, karena minat atau bakat merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha. Sudaryono (2012:125) dalam Angen Adhy Sampurna (2015), menyatakan bahwa “minat adalah kesadaran yang timbul bahwa objek tertentu sangat disenangi dan melahirkan perhatian yang tinggi bagi individu terhadap objek tersebut”. Minat adalah suka atau tidaknya seseorang terhadap suatu pekerjaan, tugas, maupun aktivitas yang membangkitkan rasa ingin tau yang tinggi. Minat berwirausaha dapat diartikan sebagai suatu keinginan yang timbul dari diri seseorang untuk membuka usaha dengan berani mengambil resiko dalam berbagai kesempatan. Minat berwirausaha perlu ditumbuh kembangkan oleh setiap manusia untuk mempersiapkan menghadapi dunia kerja yang semakin sempit peluangnya di masa yang akan datang.

#### **2.1.2.2 Manajemen kewirausahaan**

Suatu kemauan yang tinggi tidak menjamin seseorang menjadi sukses tanpa adanya pengetahuan dan kemampuan pada bidang tertentu. Seorang wirausahawan adalah mereka yang jeli melihat peluang, menumbuhkan pengetahuan dan kemampuan individu

serta menangkap peluang tersebut. Pratama (2013:1) dalam kabar Radio Republik Indonesia (2019) menyebutkan jumlah wirausahawan Indonesia hanya 3,1 persen dari 260 juta penduduk. Data tersebut sudah mengalami peningkatan dari tahun 2016 namun masih belum setara dengan target nasional 5% atau pertumbuhan wirausaha di Nedata tetangga Malaysia dan Singapura yang telah mencapai angka 7% untuk mencapai batas minimal yang diperlukan suatu negara agar bisa menjadi negara maju. Menurut Mahesa (2012:1) dalam Angen Adhy Sampurna (2015) “jumlah entrepreneur di Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat untuk menopang perekonomian, sehingga persoalan wirausaha ini menjadi persoalan yang mendesak bagi suksesnya pembangunan perekonomian di Indonesia”.

Oleh karena itu pentingnya kewirausahaan yang merupakan pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya, yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya.

### **2.1.2.3 Dasar kewirausahaan**

Kemampuan dasar yang harus dimiliki pengusaha adalah (Suryana, 2003):

- a. *Managerial skill*. Wirausahawan harus mampu menjalankan fungsi perencanaan, peng-organisasian, penggerakkan dan pengawasan agar usaha yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Ketrampilan ini merupakan syarat mutlak untuk menjadi wirausaha sukses.
- b. *Conceptual skill*. Kemampuan untuk merumuskan tujuan, kebijakan dan strategi usaha merupakan landasan utama menuju wirausaha sukses. Pengusaha harus ekstra keras belajar dari berbagai sumber dan belajar dari pengalaman sendiri dan pengalaman orang lain dalam berwirausaha.

- c. *Human skill*. Supel, mudah bergaul, simpati dan empati kepada orang lain adalah modal keterampilan yang sangat mendukung kita menuju keberhasilan usaha. Dengan keterampilan ini, pengusaha akan memiliki banyak peluang dalam merintis dan mengembangkan usahanya.
- d. *Decision making skill*. Sebagai seorang wirausaha, seringkali dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. Berbagai permasalahan biasanya bermunculan pada situasi seperti ini. Wirausaha dituntut untuk mampu menganalisis situasi dan merumuskan berbagai masalah untuk dicarikan berbagai alternatif pemecahannya.
- e. *Time managerial skill*. Ketidakmampuan mengelola waktu membuat pekerjaan menjadi menumpuk atau tak kunjung selesai sehingga membuat jiwanya gundah dan tidak tenang. Keterampilan mengelola waktu dapat memper- lancar pelaksanaan pekerjaan dan rencana yang telah digariskan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah proses penciptaan suatu hal dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan risiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi. Tidak sedikit pengertian mengenai kewirausahaan yang saat ini muncul seiring dengan perkembangan ekonomi dengan semakin meluasnya bidang dan garapan. Kewirausahaan sering dikaitkan dengan proses, pembentukan atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi memperoleh keuntungan, penciptaan nilai dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif. Kewirausahaan juga merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses

### **2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

#### **2.1.3.1 Gambaran umum UMKM**

Usaha kecil merupakan bisnis yang dikelola dan dimiliki secara lokal, seringkali dengan jumlah karyawan yang amat sedikit bekerja di satu lokasi, dan oleh karenanya

bentuk usaha yang sesuai bagi wirausaha adalah usaha kecil karena usaha kecil biasanya memiliki beberapa pekerja sehingga memudahkan wirausaha mengorganisasikan usahanya. Usaha Kecil menurut Undang- Undang No 5 Tahun 1999 adalah usaha: Memiliki kekayaan (aset) bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan, tempat usaha; Hasil penjualan tahunan (omzet) paling banyak Rp. 1 milyar; Milik warga negara Indonesia, Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terafiliasi baik langsung maupun tidak langsung oleh usaha besar atau usaha menengah, berbentuk badan usaha perseorangan, badan usaha tidak berbadan hukum, atau usaha berbadan hukum, termasuk koperasi.

#### **2.1.3.2 Klasifikasi UMKM**

Berdasarkan Undang-Undang No.20 tahun 2008 terdapat beberapa perubahan sebagai berikut:

- a. Disebut Usaha Mikro jika memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah); jumlah tenaga kerja sebanyak 1 – 3 orang; dan jangkauan penjualan sekitar kecamatan.
- b. Disebut usaha kecil jika memiliki kekayaan bersih 50 -500 juta diluar tanah dan bangunan; omzet penjualan 300 – 2,5M; memiliki tenaga kerja sejumlah 4 – 10 orang serta jangkauan penjualan lintas kabupaten
- c. Disebut usaha menengah jika kekayaan bersih antara 500 juta sampai 10M diluar tanah dan bangunan; omzet penjualan 2,5 – 50 M, jumlah tenaga kerja 11 – 100 orang serta jangkauan penjualan mencapai lintas provinsi.

## **2.1.4 Kompetensi Kewirausahaan**

### **2.1.4.1 Definisi kompetensi**

Kompetensi didefinisikan sebagai kemampuan yang diperlukan untuk mendukung penampilan (performance) seseorang dalam suatu pekerjaan tertentu yang mencakup sejumlah sikap dan perilaku. Kompetensi yang diperlukan dapat berupa keahlian, pengetahuan, pengertian atau pemahaman dan nilai-nilai yang harus dimiliki.

Menurut Sarwoko et al., (2013) karakteristik kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. kompetensi kewirausahaan sebagai mediasi dalam hubungan antara karakteristik kewirausahaan dan kinerja bisnis. Ini berarti karakteristik kewirausahaan yang lebih kuat akan menyebabkan peningkatan kompetensi pemilik UKM, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kinerja bisnis. Dalam hal konsep telah dikemukakan oleh beberapa ahli tentang sebuah konsep Kemampuan atau kompetensi yang merupakan faktor utama penentu bagi seseorang dalam menghasilkan kinerja yang sangat baik (Kuratko & Hodgetts, 2004).

Kemampuan dihasilkan dari pengetahuan (cepat tanggap terhadap informasi, tehnik dan fakta), ketrampilan/keahlian (kecakapan pada tugas yang penting untuk pencapaian perilaku yang lebih kompleks) dan bakat (kemampuan potensial yang belum dikembangkan atau diterapkan secara penuh). Hostager et al., (1998) mengemukakan bahwa Ability refers to the full range capabilities and resources available within the corporation for use in accomplishing any of the various tasks of intrapreneurship/entrepreneurship. Selanjutnya dikatakan bahwa kemampuan individu terdiri dari: Knowledge, Ketrampilan, Kreativitas, dan Pengalaman. Menurut Kuehl & Lambing (1994) setiap wirausaha yang sukses memiliki 4 unsur pokok yaitu 1. Kemampuan (hubungannya dengan IQ dan Skill); 2. Keberanian (hubungannya dengan

EQ dan Mental); 3. Keteguhan hati (Hubungannya dengan motivasi diri); 4. Kreativitas (Hubungannya dengan Experience).

Dengan menggabungkan pendapat Hostager et al., (1998), Kuehl & Lambing (1994) dan Kuratko & Hodgetts, (2004), maka pengukuran kemampuan kewirausahaan sebagai berikut : 1. Pengetahuan (Knowledge); 2. Sikap (Attitude); 3. Keterampilan (Skill ) Melihat kemampuan pada diri seorang pelaku usaha, dapat dilihat dari tiga hal pokok yang biasanya melekat pada kepribadian manajer yang bersangkutan (Spencer, 1993) yaitu : Sikap proaktif terhadap peluang-peluang usaha, Selalu bersikap proaktif terhadap ancaman yang ada dan memiliki nilai-nilai etika yang juga terbuka terhadap nilai-nilai yang dibawa orang lain.

#### **2.1.4.2 Wirausaha kompetitif**

Dalam berwirausaha dibutuhkan kemampuan untuk mengkalkulasi risiko yang mungkin timbul serta mampu memanfaatkan setiap peluang dengan cara yang kesemuanya itu membutuhkan pengetahuan, keahlian termasuk pengalaman. Beberapa kemampuan yang harus dimiliki oleh wirausaha bisa berupa (Yuyun Wirasmita,1993) (Kuriloff, 1993): *Self knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan atau ditekuninya. *Imagination*, yaitu memiliki imajinasi, ide, dan perspektif serta tidak mengandalkan pada sukses dimasa lalu. *Practical knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknik, desain, prosesi, pembukuan, administrasi, dan pemasaran. *Search skill*, yaitu kemampuan untuk menemukan berkreasi dan berimajinasi. *Foresight*, yaitu berpandangan jauh ke depan. *Computation skill*, yaitu kemampuan berhitung dan kemampuan memprediksi keadaan masa yang akan datang. *Communication skill*, yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

Terdapat empat kemampuan yang seimbang agar kewirausahaan berhasil (Kuriloff, 1993):

- a. Wirausaha harus memiliki Technical Competence, yaitu memiliki kompetensi dalam rancang bangun (know-how) sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih. Misalnya, kemampuan dalam bidang teknik produksi dan desain produksi. Ia harus betul-betul mengetahui bagaimana barang dan jasa itu dihasilkan dan disajikan.
- b. Wirausaha harus memiliki Marketing Competence, yaitu memiliki kompetensi dalam menemukan pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan, dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Ia harus mengetahui bagaimana menemukan peluang pasar yang spesifik, misalnya pelanggan dan harga khusus yang belum digarap pesaing.
- c. Wirausaha harus memiliki Financial Competence, yaitu memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan perhitungan laba/rugi. Ia harus mengetahui bagaimana mendapatkan dana dan cara menggunakannya.
- d. Wirausaha juga harus memiliki Human Relation Competence, yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar perusahaan. Ia harus mengetahui hubungan interpersonal secara sehat.

Jadi disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan seseorang ada jika kemampuan mengendalikan faktor- faktor lingkungan, baik faktor fisik maupun faktor social dengan baik dan kompeten. orang-orang yang memiliki motif ini tidak ingin menunggu terjadinya hal-hal secara pasif; mereka ingin mengubah lingkungan dan berusaha mewujudkan sesuatu.

## **2.1.5 Motivasi Kewirausahaan**

### **2.1.5.1 Definisi motivasi**

Motivasi merupakan faktor penting yang mendukung prestasi kerja. Meskipun demikian motivasi bukanlah satu-satunya pendukung prestasi kerja. Prestasi kerja atau kinerja seseorang juga tergantung dari faktor lain yaitu kemampuan (ability) dan persepsi peranan (role perception). Kemampuan yang baik, persepsi peranan yang tepat, dan motivasi yang tinggi merupakan kunci prestasi kerja. Motivasi adalah faktor - faktor yang dapat mempengaruhi seorang karyawan melakukan pekerjaan sesuai dengan tujuan perusahaan, salah satunya adalah uang insentif, gaya kepemimpinan, dll. (M. Trihudiyatmanto, 2017).

Motivasi dapat berupa dorongan dasar atau internal dan diluar dari individu. Menurut McDonald dalam Wisnu Septian Ginanjar Prihantoro (2015), "*Motivation is energy change within the person characterized by effective arousal and antisipatory goal reaction*", yang mempunyai arti motivasi adalah salah satu perubahan energi didalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif dan reaksi untuk mencapai tujuan. Motivasi adalah sebuah energi pendorong yang berasal dari dalam kita sendiri.

### **2.1.5.2 Hubungan motivasi dengan kewirausahaan**

Hubungan motivasi dengan wirausaha oleh (Mubarok 2013:15 dalam Wisnu Septian Ginanjar Prihantoro (2015) dinyatakan bahwa motivasi berwirausaha adalah dorongan teknis yang sangat kuat dalam diri individu untuk mempersiapkan diri dalam bekerja, memiliki kesadaran bahwa wirausaha bersangkutan paut dengan dirinya, sehingga ia lebih banyak memberikan perhatian dan lebih senang melakukan kegiatan kewirausahaan secara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, disertai dengan hasrat untuk berprestasi pada bidangnya berdasarkan kemampuan, kekuatan dan ketrampilan yang dimilikinya dan perencanaan yang tepat.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha merupakan dorongan sebagai penggerak untuk membangkitkan semangat untuk memenuhi tujuan yang diinginkan dalam berwirausaha. Motivasi juga berfungsi untuk mempengaruhi sikap mental wirausaha. Sikap mental merupakan sesuatu hal yang sangat menentukan dalam setiap usaha. Sikap mental kewirausahaan tidak dibawa sejak lahir, melainkan tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

### **2.1.5.3 Arti penting motivasi wirausaha**

McClland dalam Wisnu Septian Ginanjar Prihantoro (2015) mengatakan penggerak psikologis utama yang memotivasi wiraswastawan adalah kebutuhan untuk berprestasi, yang biasanya diidentifikasi sebagai keinginan atau dorongan dalam diri orang yang memotivasi perilaku ke arah pencapaian tujuan. David Mc Celland dalam Wisnu Septian Ginanjar Prihantoro (2015) mengidentifikasi ada korelasi antara tingkah laku orang yang memiliki motif prestasi tinggi dengan tingkah laku wirausaha. Perilaku wirausaha yang diwujudkan dalam sikap dan motivasi terhadap karir dan prestasi yang berhasil, adalah dicerminkan dalam tindakan-tindakan sebagai berikut:

- a. Mencontoh orang yang berhasil dalam bidang pekerjaan yang sama,
- b. Mengadaptasi teknik-teknik untuk mencapai sukses.
- c. Menggunakan perubahan untuk memotivasi diri.
- d. Berorientasi pada tindakan.
- e. Tanggung jawab yang tinggi dalam menyukseskan suatu kegiatan.
- f. Keberhasilan ditentukan oleh prestasi sumber daya manusia dalam perusahaan.
- g. Mengawasi agar keputusan dilaksanakan dengan baik dan jangan menyesali kegagalan masa lampau.

Dengan demikian motivasi berwirausaha adalah sebagai tenaga dorongan yang menyebabkan seseorang melakukan suatu kegiatan berwirausaha. Motivasi seseorang untuk berwirausaha adalah sebagai berikut:

- a. Alasan keuangan, yaitu untuk mencari nafkah, untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, sebagai jaminan stabilitas keuangan.
- b. Alasan sosial, yaitu memperoleh gengsi/status, untuk dapat dikenal dan dihormati, untuk menjadi contoh bagi orangtua di desa agar dapat bertemu dengan orang banyak.
- c. Alasan pelayanan, yaitu memberi pekerjaan pada masyarakat, untuk manatar masyarakat, untuk membantu ekonomi masyarakat, demi masa depan anak-anak dan keluarga, untuk mendapatkan kesetiaan suami/istri, untuk membahagiakan ayah dan ibu.
- d. Alasan pemenuhan diri, yaitu untuk menjadi atasan/mandiri, untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, untuk menghindari ketergantungan pada orang lain, untuk menjadi lebih produktif dan untuk menggunakan kemampuan pribadi.

## **2.1.6 Inovasi**

### **2.1.6.1 Definisi inovasi**

Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide

yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang:

- a. Inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat)
- b. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran)

Dalam berinovasi perlu memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Menganalisis peluang yang harus dilakukan
- b. Sederhana dan terarah
- c. Dimulai dari yang kecil
- d. Kepemimpinan

Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003) mendeskripsikan inovasi sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”.

#### **2.1.6.2 Inovasi sebagai kreativitas**

Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi. Istilah kombinasi baru ini dapat merujuk pada produk, jasa, proses kerja, pasar, kebijakan dan sistem baru. Dalam inovasi dapat diciptakan nilai tambah, baik pada organisasi maupun masyarakat luas. Oleh karenanya sebagian besar definisi dari inovasi meliputi pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Istilah ‘baru’ bukan berarti original tetapi lebih ke bauran produk. Terdapat sejumlah inovasi yang menimbulkan suatu perubahan besar seperti inovasi teknik yang besar dan merupakan hal yang luar biasa. Namun demikian kebanyakan inovasi yang berhasil adalah jauh lebih sederhana dan mampu memanfaatkan

perubahan yang sedang berlangsung. Inovasi yang berhasil juga pada umumnya sederhana dan terfokus dan ditujukan pada aplikasi yang didesain khas, jelas dan cermat.

Inovasi produk merupakan salah satu faktor persaingan yang paling penting untuk mencapai kesuksesan dimana akhir akhir ini lingkungan bisnis selalu berubah dengan cepat (Lou, 1999, p. 1; Han et al, 1998, p, 35) dalam Mudiantono dan Nur Khamidah (2015:65). Amabile (1996, p. 1154-1155) dalam Mudiantono dan Nur Khamidah (2015: 66) juga mengatakan bahwa inovasi sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan yang kreatif dalam perusahaan. Inovasi merupakan sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan penilaian-penilaian baru, ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kinerja layanan yang memuaskan pelanggan. Menurut Hurley & Hult (1998) dalam Prakosa dan Ghozali (2005:189) inovasi adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.

#### **2.1.6.3 Inovasi dalam kewirausahaan**

Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui pengenalan teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk baru organisasi perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk arena inovasi (Leonard, 1995) dalam Prakosa dan Ghozali (2005:189). Inovasi dibedakan dengan kreativitas dimana kreativitas merupakan pemikiran pemikiran baru, sedangkan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru tersebut atau mengalihkan gagasan-gagasan baru dimaksud bagi keberhasilan bisnis. (Humphrey, 1997 dalam Gana 2003) dalam Prakosa dan Ghozali (2005:189).

Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga inovasi merupakan sebuah fungsi penting dari manajemen karena inovasi akan menentukan suatu kinerja bisnis yang superior. Inovasi menjadi semakin bertambah penting sebagai satu alat untuk kelangsungan hidup, bukan hanya pertumbuhan tetapi juga dalam persaingan yang semakin hebat dan ketidakpastian lingkungan, selanjutnya inovasi teknis memiliki pengaruh kuat dan positif terhadap kinerja perusahaan (Gronhaug dan Kaufmann, 1998 dalam Han, dkk, 1998) tercantum dalam Wahyono (2002:29). Dengan mengacu pada definisi Lukas Bryan A dan Farrel OC (2000) dalam Wahyono (2002:30) indikator indikator inovasi dalam penelitian ini adalah perluasan produk, peniruan produk dan produk baru.

#### **2.1.6.4 Manfaat inovasi**

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut:

- a. Teknologi berubah cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, hal ini mendorong usaha pelaku usaha untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
- b. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.
- c. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.

- d. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.
- e. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

## **2.1.7 Kemasan**

### **2.1.7.1 Sejarah kemasan**

Selama berabad-abad, fungsi sebuah kemasan hanyalah sebatas untuk melindungi barang atau mempermudah barang untuk dibawa. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin kompleks, barulah terjadi penambahan nilai-nilai fungsional dan peranan kemasan dalam pemasaran mulai diakui sebagai satu kekuatan utama dalam persaingan pasar.

Hermawan Kartajaya, seorang pakar di bidang pemasaran mengatakan bahwa teknologi telah membuat packaging berubah fungsi, dulu orang bilang “*Packaging protects what it sells* (Kemasan melindungi apa yang dijual).” Sekarang, “*Packaging sells what it protects* (Kemasan menjual apa yang dilindungi).” Dengan kata lain, kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi harus dapat menjual produk yang dikemasnya.

### **2.1.7.2 Kemasan sebagai alat komunikasi**

Perkembangan fungsional kemasan tidak hanya berhenti sampai di situ saja. Sekarang ini kemasan sudah berfungsi sebagai media komunikasi. Misalnya pada kemasan susu atau makanan bayi seringkali dibubuhi nomor telepon toll-free atau bebas pulsa. Nomor ini bisa dihubungi oleh konsumen tidak hanya untuk complain, tetapi juga sebagai pusat informasi untuk bertanya tentang segala hal yang berhubungan dengan produk tersebut.

Kemasan juga dapat berfungsi untuk mengkomunikasikan suatu citra tertentu. Contohnya, produk-produk makanan Jepang. Orang Jepang dikenal paling pintar membuat kemasan yang bagus. Permen Jepang seringkali lebih enak dilihat daripada rasanya. Mereka berani menggunakan bahan-bahan mahal untuk membungkus produk yang dijual. Walaupun tidak ada pesan apa-apa yang ditulis pada bungkus tersebut, tapi kemasannya mengkomunikasikan suatu citra yang baik.

Semua produk yang dijual harus benar-benar direncanakan kemasannya dengan baik. Jika produsen ingin meluncurkan suatu produk baru, salah satu tugas yang penting adalah membuat kemasannya stands out, lain daripada yang lain dan unik. Kalau tidak terkesan berbeda dengan produk lain, maka produk baru itu akan “tenggelam”. Sebelum mencoba isinya, konsumen akan menangkap kesan yang dikomunikasikan oleh kemasan. Dengan demikian kemasan produk baru tersebut harus mampu “beradu” dengan kemasan produk-produk lainnya. Dengan melihat fungsi kemasan yang sangat penting, maka konsep fungsional pengemasan harus mencakup seluruh proses pemasaran dari konsepsi produk sampai ke pemakai akhir.

### **2.1.7.3 Daya tarik kemasan**

Menurut penelitian, dari seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80 % adalah penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (visual). Karena itulah, unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain: warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak merupakan unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasatmata (visual communication).

Agar berhasil, maka penampilan sebuah kemasan harus mempunyai daya tarik. Daya tarik pada kemasan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu daya tarik visual (estetika) dan daya tarik praktis (fungsional)

a. Daya tarik visual (estetika)

Daya tarik visual mengacu pada penampilan kemasan yang mencakup unsur-unsur grafis yang telah disebutkan di atas. Semua unsur grafis tersebut dikombinasikan untuk menciptakan suatu kesan untuk memberikan daya tarik visual secara optimal. Daya tarik visual sendiri berhubungan dengan faktor emosi dan psikologis yang terletak pada bawah sadar manusia. Sebuah desain yang baik harus mampu mempengaruhi konsumen untuk memberikan respons positif tanpa disadarinya. Sering terjadi konsumen membeli suatu produk yang tidak lebih baik dari produk lainnya walaupun harganya lebih mahal. Dalam hal ini dapat dipastikan bahwa terdapat daya tarik tertentu yang mempengaruhi konsumen secara psikologis tanpa disadarinya. Misalnya produk-produk sabun mandi yang pada umumnya memiliki komposisi yang tidak jauh berbeda. Tetapi produk sabun mandi yang dapat menampilkan kelembutan yang divisualkan dengan baik pada desain kemasannya, di antaranya menggunakan warna-warna lembut (pastel) dan merek dengan font Script atau Italic (miring) dan memberikan kesan lembut dan anggun akan lebih banyak dipilih oleh konsumen. Visualisasi yang ditampilkan memberikan efek psikologis bahwa konsumen akan merasakan kulitnya lebih lembut setelah menggunakan sabun mandi tersebut

b. Daya tarik praktis (fungsional)

Daya tarik praktis merupakan efektivitas dan efisiensi suatu kemasan yang ditujukan kepada konsumen maupun distributor. Misalnya, untuk kemudahan penyimpanan atau pemajangan produk. Beberapa daya tarik praktis lainnya yang perlu dipertimbangkan antara lain: Dapat melindungi produk, Mudah dibuka atau ditutup kembali untuk disimpan, Porsi yang sesuai untuk produk makanan/minuman, Dapat digunakan kembali (reusable), Mudah dibawa, dijinjing atau dipegang,

Memudahkan pemakai untuk menghabiskan isinya dan mengisi kembali dengan jenis produk yang dapat diisi ulang (refill).

## **2.1.8 Kinerja**

### **2.1.8.1 Definisi kinerja**

Untuk mencapai tujuan suatu organisasi dipengaruhi oleh kinerja pemimpin dan tenaga kerja yang ada di organisasi tersebut. Kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu (Hasibuan, 1994). Dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan menetapkan manajemen kinerja yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dari organisasi, team dan individu dengan pemahaman dan pengaturan kinerja. Hal ini meliputi kerangka kerja yang sudah disepakati dan ditetapkan, tujuan yang telah direncanakan serta standar pencapaiannya (Amstrong,199:397)

Simamora (1995:327) mengatakan bahwa kinerja karyawan adalah tingkat dimana para karyawan tersebut mencapai persyaratan – persyaratan pekerjaan, sedangkan Nawawi (1997:235) mengatakan bahwa prestasi kerja adalah hasil pelaksanaan suatu pekerjaan baik yang bersifat fisik (material) maupun non fisik (non material). Sutisno (2014) mengatakan bahwa kinerja sebagai hasil kerja karyawan dilihat dari aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja dan kerjasama untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh organisasi.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan atau pelaku usaha merupakan perbandingan anantara hasil kerja yang dicapai seseorang, baik kuantitas maupun kualitas dalam suatu organisasi sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja merupakan hasil dari suatu proses yang mengacu pada

standar tertentu dan diukur selama periode tertentu berdasarkan ketentuan dan kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya (Edison dkk,2016)

Untuk bisa menilai kinerja pelaku usaha perlu adanya penilaian kinerja dimana penilaian tersebut mencakup proses yang mengukur kinerja karyawan secara kualitatif dan kuantitatif. Hal ini penting untuk menjelaskan tujuan dan standar kinerja, memotivasi karyawan, bahkan penilaian kinerja ini bisa menjadi pertimbangan dalam kebijakan personalia untuk memutuskan kenaikan gaji atau promosi jabatan, serta pengembangan dan pengembangan pelatihan.

#### **2.1.8.2 Indikator kinerja**

Indikator kinerja adalah ukuran kuantitatif dan / atau kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian suatu sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu indikator kinerja harus merupakan sesuatu yang akan dihitung dan diukur serta digunakan sebagai dasar untuk menilai atau melihat tingkat kinerja, baik dalam tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, maupun tahap setelah kegiatan selesai. Dengan demikian, tanpa adanya indikator kinerja, sulit bagi kita untuk menilai tingkat keberhasilan dan ketidakberhasilan kebijaksanaan maupun program suatu organisasi. Dengan indikator kinerja, suatu organisasi mempunyai wahana yang jelas bagaimana dia akan dikatakan berhasil atau tidak berhasil di masa yang akan datang.

Indikator kinerja (performance indicator) sering disamakan dengan ukuran kinerja (performance measure). Namun sebenarnya, meskipun keduanya merupakan kriteria pengukuran kinerja, terdapat perbedaan makna. Indikator kinerja mengacu pada penilaian kinerja secara tidak langsung yaitu hal-hal yang sifatnya hanya merupakan indikasi-indikasi kinerja, sehingga bentuknya cenderung kualitatif. Sedangkan ukuran kinerja adalah kriteria kinerja yang mengacu pada penilaian kinerja secara langsung,

sehingga bentuknya lebih bersifat kuantitatif. Indikator kinerja dan ukuran kinerja ini sangat dibutuhkan untuk menilai tingkat ketercapaian tujuan, sasaran, dan strategi.

Indikator kinerja suatu organisasi hendaknya dapat dipahami secara sama baik oleh manajemen maupun stakeholders, terutama direct users. Dengan indikator yang sama dan pola pikir yang relatif sama maka penilaian keberhasilan diharapkan menggunakan kriteria yang sama sehingga lebih obyektif. Indikator kinerja suatu organisasi semestinya tidak hanya dipahami pejabat atau aparatur instansi pemerintah (public servants), namun juga penting bagi pihak lain seperti legislatif, investor, kreditur, institusi internasional, pengamat, dan juga masyarakat umum. Jadi dengan adanya indikator yang jelas maka akan menciptakan konsensus berbagai pihak baik internal maupun eksternal untuk menghindari kesalahan interpretasi selama pelaksanaan program dan dalam menilai keberhasilan suatu organisasi.

Sehingga dari uraian tersebut diatas menunjukkan bahwa hasil kerja yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerja karyawan, maka kinerja harus dapat ditentukan dengan pencapaian target selama periode waktu yang dicapai organisasi.

Adapun indikator-indikator yang mempengaruhi kinerja menurut Robbins (2017) yaitu:

- a. Kualitas, hal ini diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.
- b. Kuantitas, adalah merupakan jumlah yang dihasilkan dan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.

- c. Ketepatan waktu, merupakan tingkat aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.
- d. Efektivitas, adalah merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.
- e. Kemandirian, adalah merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi komitmen kerjanya.

### **2.1.8.3 Pengukuran kinerja**

Kinerja Organisasi bersifat multidimensional, dalam arti, tidak ada indikator tunggal yang dapat digunakan untuk menunjukkan tingkat keberhasilan secara komprehensif untuk semua jenis Organisasi yang ada. Indikator kinerja yang dipilih akan sangat tergantung pada faktor kritical keberhasilan yang telah diidentifikasi. Berdasarkan berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan elemen pokok suatu pengukuran kinerja antara lain:

- a. Menetapkan tujuan, sasaran, dan strategi organisasi.

Tujuan adalah pernyataan secara umum (belum secara eksplisit) tentang apa yang ingin dicapai organisasi. Sasaran merupakan tujuan organisasi yang sudah dinyatakan secara eksplisit dengan disertai batasan waktu yang jelas. Strategi adalah cara atau teknik yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran. Tujuan, sasaran, dan strategi tersebut ditetapkan dengan berpedoman pada visi dan misi organisasi. Berdasarkan tujuan, sasaran dan strategi tersebut selanjutnya dapat ditentukan indikator dan ukuran kinerja secara tepat.

- b. Merumuskan indikator dan ukuran kinerja.

Indikator kinerja mengacu pada penilaian kinerja secara tidak langsung yaitu hal-hal yang sifatnya hanya merupakan indikasi kinerja. Ukuran kinerja mengacu pada penilaian kinerja secara langsung. Indikator kinerja dan ukuran kinerja ini sangat dibutuhkan untuk menilai tingkat ketercapaian tujuan, sasaran dan strategi.

Indikator kinerja dapat berbentuk faktor-faktor keberhasilan utama (critical success factors) dan indikator kinerja kunci (key performance indicator). Faktor keberhasilan utama adalah suatu area yang mengindikasikan kesuksesan kinerja unit kerja organisasi. Area ini menggambarkan preferensi manajerial dengan memperhatikan variabel-variabel kunci finansial dan nonfinansial pada kondisi waktu tertentu. Faktor keberhasilan utama ini harus secara konsisten mengikuti perubahan yang terjadi dalam organisasi. Sedangkan indikator kinerja kunci merupakan sekumpulan indikator yang dapat dianggap sebagai ukuran kinerja kunci baik yang bersifat finansial maupun nonfinansial untuk melaksanakan operasi dan kinerja unit bisnis. Indikator ini dapat digunakan oleh manajer untuk mendeteksi dan memonitor capaian kinerja.

c. Mengukur tingkat ketercapaian tujuan dan sasaran-sasaran organisasi.

Jika kita sudah mempunyai indikator dan ukuran kinerja yang jelas, maka pengukuran kinerja bisa diimplementasikan. Mengukur tingkat ketercapaian tujuan, sasaran dan strategi adalah membandingkan hasil aktual dengan indikator dan ukuran kinerja yang telah ditetapkan. Analisis antara hasil aktual dengan indikator dan ukuran kinerja ini menghasilkan penyimpangan positif, penyimpangan negatif, atau penyimpangan nol. Penyimpangan positif berarti pelaksanaan kegiatan sudah berhasil mencapai serta melampaui indikator dan ukuran kinerja yang ditetapkan. Penyimpangan negatif berarti pelaksanaan kegiatan belum berhasil mencapai indikator dan ukuran kinerja yang ditetapkan. Penyimpangan nol berarti pelaksanaan

kegiatan sudah berhasil mencapai atau sama dengan indikator dan ukuran kinerja yang ditetapkan.

- d. Evaluasi kinerja (*feedback*, penilaian kemajuan organisasi, meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas). Evaluasi kinerja akan memberikan gambaran kepada penerima informasi mengenai nilai kinerja yang berhasil dicapai organisasi. Capaian kinerja organisasi dapat dinilai dengan skala pengukuran tertentu. Informasi capaian kinerja dapat dijadikan *feedback* dan *reward- punishment*, penilaian kemajuan organisasi dan dasar peningkatan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas.

Pengukuran kinerja merupakan alat manajemen untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Dengan dilakukannya pengukuran kinerja maka kita bisa memastikan apakah pengambilan keputusan dilakukan secara tepat dan obyektif. Selain itu kita juga bisa memantau dan mengevaluasi pelaksanaan kinerja dan membandingkannya dengan rencana kerja serta melakukan tindakan untuk memperbaiki kinerja periode berikutnya. Terjadinya peningkatan atau penurunan produktivitas bisa ditunjukkan dari kegiatan ini. Pengukuran kinerja adalah suatu proses penilaian kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam rangka menciptakan sistem pengukuran kinerja, sebaiknya organisasi mempertimbangkan indikator input, indikator output, indikator outcome, indikator manfaat, indikator dampak. Indikator input adalah segala sesuatu yang dibutuhkan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan untuk menghasilkan output. Indikator proses adalah segala besaran yang menunjukkan upaya yang dilakukan dalam rangka mengolah input menjadi output. Indikator output adalah sesuatu yang diharapkan langsung dicapai dari suatu kegiatan yang dapat berupa fisik dan / atau non fisik. Indikator hasil adalah segala sesuatu yang mencerminkan berfungsinya output kegiatan pada jangka menengah.

Indikator manfaat adalah sesuatu yang terkait dengan tujuan akhir dari pelaksanaan kegiatan. Indikator dampak adalah pengaruh yang ditimbulkan baik positif maupun negatif pada setiap tingkatan berdasarkan asumsi yang telah ditetapkan.

Pengukuran kinerja dilakukan dengan membandingkan kinerja keuangan sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja keuangan yang dianggarkan. Sistem pengukuran demikian sering disebut dengan sistem pengukuran kinerja tradisional. Asumsi yang digunakan dalam sistem pengukuran tradisional adalah bahwa pekerja dapat mengerjakan sesuatu yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mencapai tujuan organisasi tanpa ada keharusan untuk melakukan inovasi. Untuk memenangkan persaingan global, sistem pengukuran yang hanya mempertimbangkan aspek keuangan semata tidak dapat mencerminkan kinerja manajemen sesungguhnya, sehingga diperlukan sistem pengukuran yang tidak hanya mempertimbangkan ukuran-ukuran keuangan tetapi juga ukuran non keuangan.

#### **2.1.8.4 Manfaat pengukuran kinerja**

Informasi yang digunakan dalam pengendalian seorang pimpinan fungsinya adalah menjamin bahwa pekerjaan yang ada pada organisasi dilakukan secara efisien dan efektif. Pimpinan tidaklah mengendalikan biaya secara langsung. Yang dilakukan pimpinan adalah berupaya mempengaruhi tindakan yang bertanggung jawab atas pengeluaran biaya. Dengan demikian dalam pengendalian manajemen, pimpinan bekerja melalui orang lain dengan berbagai cara berikut ini:

- a. Memilih pegawai yang tepat dan memastikan pegawai dilatih secara layak
- b. Memutuskan dimana pegawai tersebut cocok pada pemberdayaan pegawai organisasi
- c. Mengatasi masalah dan menjamin bahwa lingkungan pekerjaan memuaskan
- d. Pemberdayaan pegawai

- e. Memberikan nasihat dan saran
- f. Mengatasi masalah

Dalam menetapkan pengukuran kinerja, manajemen puncak harus memilih serangkaian ukuran-ukuran yang menunjukkan strategi perusahaan. ukuran- ukuran ini dapat dilihat sebagai faktor kesuksesan kritis saat ini dan masa depan. Jika faktor-faktor ini diperbaiki, maka Organisasi telah menerapkan strateginya. Kesuksesan suatu strategi tergantung pada strateginya itu sendiri. Sistem pengukuran kinerja secara ringkas merupakan mekanisme perbaikan lingkungan organisasi agar berhasil dalam menerapkan strategi perusahaan

## 2.2 Tinjauan empiris

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti-peneliti tentang bagaimana keterkaitan antara variabel yang akan akan dilakukan penelitian, dimana hasil penelitian ini akan menjadi referensi-referensi dalam melakukan penelitian.

**Tabel. 2.1. Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Berla (2017)	Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan inovasi Produk Terhadap kinerja Usaha, Survey pada Sentra Kain Tekstil Cigondewah Bandung	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Hasil uji korelasi perilaku kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha</li> <li>b. Uji hipotesis menyatakan bahwa ada pengaruh perilaku kewirausahaan</li> <li>c. inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap kinerja</li> <li>d. secara simultan perilaku kewirausahaan dan inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha</li> </ul>

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
2.	Endang Damayanti (2017)	Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan untuk meningkatkan Kinerja UMKM di Kabupaten Kubu Raya	<p>a. Penelitian sebanyak 184 UMKM menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM</p> <p>b. Terindikasi bahwa kompetensi kewirausahaan memediasi penuh hubungan antara karakteristik kewirausahaan dan kinerja UMKM</p>
3.	M. Trihudiyatmanto, dkk (2017)	Pengaruh Motivasi, kompetensi dan orientasi berwirausaha terhadap kinerja usaha pada sentra UMKM pande besi di Wonosobo	<p>a. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara Keterampilan dengan kinerja usaha</p> <p>b. Terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kemampuan dengan kinerja usaha.</p> <p>c. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.</p>
4.	Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (2013)	Analisa pengaruh motivasi berwirausaha dan inovasi produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan gerabah di Lombok Barat	<p>a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan usaha.</p> <p>b. Tidak terdapat pengaruh tidak langsung antara motivasi berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha melalui inovasi produk.</p>

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
5.	Adijati Utaminingsih (2016)	Pengaruh Orientasi wirausaha, inovasi dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pada UKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Jepara	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja.</li> <li>b. inovasi mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.</li> <li>c. kreativitas strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran dapat diterima</li> </ul>
6.	Elia Ardyan, Olivia Putri (2017)	Dampak positif seorang wirausaha yang memiliki kompetensi wirausaha pada kesuksesan inovasi produk dan kinerja  Studi kasus 270 UMKM di Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja bisnis</li> <li>b. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kesuksesan inovasi produk</li> <li>c. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesuksesan inovasi produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada kinerja bisnis</li> </ul>
7.	Nayda Al-khowarizmi Ryadi Ni Nyoman Kerti Yasa (2016)	Kemampuan inovasi memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk UKM sector industry makanan di Denpasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kemampuan inovasi IMK sektor industri makanan di Kota Denpasar.</li> <li>b. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka akan semakin tinggi pula kinerja produk yang dilakukan</li> <li>c. Pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja produk memberikan hasil bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan dari variabel kemampuan inovasi terhadap kinerja produk. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan inovasi yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha maka akan</li> </ul>

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
8.	Ernani Hadiyanti (2011)	Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil	<p>semakin tinggi juga kinerja produk</p> <p>a. Hasil analisis uji F dapat dikatakan bahwa variabel kreativitas dan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kewirausahaan</p> <p>b. Berdasarkan uji t analisis regresi secara parsial dapat dijelaskan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel kreativitas terhadap kewirausahaan dengan asumsi variabel kreativitas berpengaruh secara konstan.</p> <p>c. Variabel Inovasi dari hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel inovasi terhadap kewirausahaan dengan asumsi variabel kreativitas berpengaruh secara konstan.</p>
9.	Alifia Saraswati1 & Dr. Widiartanto (2015)	Pengaruh implementasi knowledge Management Terhadap Kinerja Organisasi Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada UMKM Industri Kreatif Digital di Kota Semarang)	<p>a. Variabel knowledge creation, knowledge sharing, dan knowledge implementing secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap inovasi pada industri kreatif digital di kota Semarang.</p> <p>b. Variabel knowledge creation, knowledge sharing, dan knowledge implementing melalui inovasi secara simultan berpengaruh signifikan negatif pada kinerja organisasi.</p> <p>c. Berdasarkan hasil pengujian mediasi, variabel inovasi memediasi hubungan implementasi knowledge management dengan kinerja organisasi secara negatif.</p>
10.	Kholid Murtadlo (2018)	Pengaruh kompetensi kewirausahaan, kompetensi SDM dan Supply Chain Management terhadap Kinerja UKM dan Keunggulan Bersaing	<p>a. Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja. Hal tersebut disebabkan oleh semakin baik pengetahuan, sikap dan keterampilan yang dimiliki pengelola UKM maka akan semakin baik pula kinerja UKM tersebut.</p> <p>b. Kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan</p>

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			<p>terhadap keunggulan bersaing, semakin positif nilai kompetensi kewirausahaan maka akan berdampak pada semakin positifnya keunggulan bersaing tersebut.</p> <p>c. kompetensi sumber daya manusia berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing dan dapat disimpulkan bahwa semakin positif nilai kompetensi sumber daya manusia maka akan berdampak pada semakin positifnya Kinerja UKM tersebut</p>