

DISERTASI

BUDAYA ORGANISASI, KARAKTERISTIK PEMILIK DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA

(Studi pada Usaha Kecil Menengah di Sulawesi Selatan)

ORGANIZATIONAL CULTURE, OWNER CHARACTERISTICS AND GOVERNMENT POLICY THROUGH ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION ON BUSINESS PERFORMANCE

(Study on Small and Medium Enterprises in South Sulawesi)

ASMAWIYAH

P0500316409



**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**



Optimization Software:
www.balesio.com

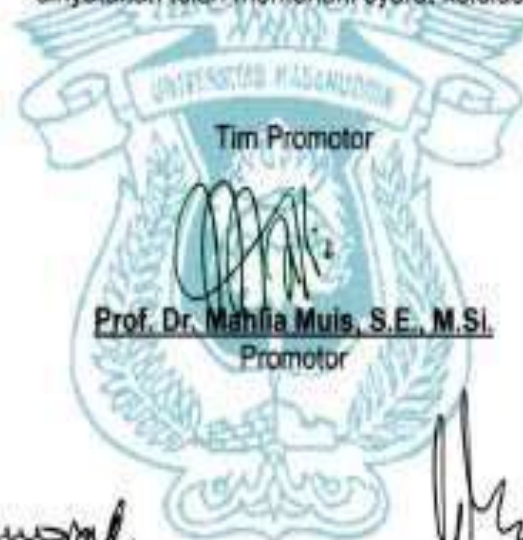
DISERTASI

**BUDAYA ORGANISASI, KARAKTERISTIK PEMILIK DAN KEBIJAKAN
PEMERINTAH MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA USAHA**
(Studi pada Usaha Kecil Menengah di Sulawesi Selatan)

disusun dan diajukan oleh

ASMAWIYAH
P0500316409

telah dipertahankan dalam sidang ujian disertasi
pada tanggal 10 Juli 2020 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan




Tim Promotor


Prof. Dr. Mahlia Muis, S.E., M.Si.
Promotor


Dr. Muh. Idrus Taba, S.E., M.Si.
Ko-Promotor 1


Dr. Nurdjanah Hamid, S.E., M. Agr.
Ko-Promotor 2


Ketua Program Studi
Ilmu Ekonomi


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

As Iswanto Anwar, S.E., M.A.

Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, S.E., M.Si.



PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Asmawiyah
NIM : P0500316409
Jurusan/ Program Studi : Ilmu Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa disertasi yang berjudul :

**BUDAYA ORGANISASI, KARAKTERISTIK PEMILIK DAN KEBIJAKAN
PEMERINTAH MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA USAHA**
(Studi pada Usaha Kecil Menengah di Sulawesi Selatan)

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai peraturan dan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 2 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Makassar, Juni 2020

Yang membuat pernyataan,


Asmawiyah



PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabbil Alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan disertasi ini. Disertasi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Doktor pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian disertasi ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, dan bimbingan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Dwia A. Tina Palubuhu, M.A., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, S.E., M.Si., CIPM. beserta Wakil Dekan atas segala bantuan yang telah penulis terima selama menempuh pendidikan.
2. Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP) dan Kementerian Riset dan Teknologi – Badan Riset dan Inovasi Nasional Republik Indonesia (dahulu bernama Kemenristek Dikti) sebagai penyandang dana pendidikan melalui beasiswa BUDI-DN.
3. Ketua Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Dr. Anas Iswanto Anwar, S.E., M.A. atas arahan, bimbingan, dan dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
4. Tim promotor, Prof. Dr. Mahlia Muis, S.E., M.Si. selaku promotor, serta Dr. Muh. Idrus Taba, S.E., M.Si. dan Dr. NurdjanahHamid, S.E., M.Agr selaku kopromotor yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk berbagi ilmu dan memberikan arahan dan bimbingan, serta petunjuk dalam penyelesaian disertasi ini.
5. Penguji eksternal, Prof. Dr. Hatane Samuel, MS., CPBC yang ditengah kesibukan sebagai Guru Besar Ilmu Manajemen Universitas Kristen Petra Surabaya, masih bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan arahan positif dalam penyusunan disertasi ini.

uji Internal, Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, S.E., M.Si., Dr. Jusni, S.E., Dr. Ria Mardiana Y, S.E., M.Si., Dr. Fauziah Umar, S.E., M.Si, dan Dr. Isman, S.E., Ak., M.Si., CA. yang memberikan banyak masukan dan



saran dalam perbaikan penulisan disertasi ini.

7. Seluruh dosen pengajar Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin yang telah berbagi banyak ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Seluruh staf Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin yang telah memberikan pelayanan administrasi dan akademik kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Ketua STIE Tri Dharma Nusantara Makassar, Dr. Ir. H. Andi Entong C., M.Si. dan Ibu Hj. Andi Dorawati Ishak, S.E., M.Si. yang telah memberikan izin untuk melanjutkan pendidikan, serta memberikan dukungan yang luar biasa kepada penulis.
10. Seluruh staf dan pengajar STIE Tri Dharma Nusantara yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
11. Kedua orang tua (Muh. Tahir (alm) dan Intan Rusmiati), mertua (Useng dan Haniang (alm), beserta saudara-saudaraku yang tercinta dan keluarga besar atas doa serta dukungan yang luar biasa kepada penulis selama menempuh pendidikan.
12. Suami tercinta Haeruddin yang begitu sabar dan ikhlas mendampingi serta memberikan dukungan tak terhingga kepada penulis. Terima kasih atas kesabaran dan pengorbanannya.
13. Rekan-rekan Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin, terkhusus angkatan 2016 atas dukungan dan bantuan selama menempuh pendidikan.
14. Rekan-rekan seperjuangan (Tim Hore) Andi Ruslan, Robert Jao, Lasty Agustuty, dan Riza Praditha, yang selalu membantu dan setia mendampingi penulis dalam setiap tahapan yang dilalui.
15. Teman-teman HIMADE yang telah banyak membantu selama ini

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis dapat bernilai ibadah dan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dan Allah SWT membalasnya dengan kebaikan, Aamiin. Jazakumullahu Khairan Katsiran.

Makassar, 09 Juni 2020

Penulis



ABSTRAK

ASMAWIYAH. *Budaya Organisasi, Karakteristik Pemilik dan Kebijakan Pemerintah melalui Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha.* (dibimbing oleh **Mahlia Muis, Muh. Idrus Taba dan Nurdjanah Hamid**).

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh budaya organisasi, karakteristik pemilik dan kebijakan pemerintah melalui orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat deduktif dan kausalitas. Populasi penelitian ini adalah usaha kecil menengah kuliner yang ada di Kota Makassar, Bone dan Palopo dengan jumlah sampel sebanyak 230, di ambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan *software AMOS-Structural Equation Model (SEM)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Karakteristik pemilik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Kebijakan pemerintah berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Budaya organisasi, karakteristik pemilik dan kebijakan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan.

Kata Kunci : Budaya Organisasi, Karakteristik Pemilik, Kebijakan Pemerintah, Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha



ABSTRACT

ASMAWIYAH. *Organizational Culture, Owner Characteristics and Government Policy through Entrepreneurship Orientation on Business Performance.* (Supervised by: **Mahlia Muis, Muh. Idrus Taba and Nurdjanah Hamid**).

The purpose this study to analyze the influence of organizational culture, owner characteristics, and government policies through entrepreneurial orientation on business performance. This research was a deductive and causality study. The populations of is culinary of SMEs in the cities of Makassar, Bone, and Palopo and the sample consisted of 230 SMEs selected using purposive sampling. The were analyzed using software AMOS-Structural Equation Model (SEM).

The results of the research indicate that organizational culture has a positive and significant effect on business performance. Owner characteristics have a positive and significant effect on business performance. Government policies have a positive but not significant effect on business performance. Entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on business performance. Organizational culture, owner characteristics, and government policies have a positive and significant effect on business performance through entrepreneurial orientation.

Keywords: Organizational Culture, Owner Characteristics, Government Policy, Entrepreneurial Orientation, and Business Performance



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| ABSTRAK..... | ii |
| ABSTRACT..... | iv |
| PRAKATA..... | v |
| HALAMAN DAFTAR ISI..... | viii |
| HALAMAN DAFTAR TABEL..... | xi |
| HALAMAN GAMBAR..... | xiii |
| HALAMAN LAMPIRAN..... | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 16 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 18 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 19 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis..... | 19 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis..... | 19 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 20 |
| 2.1 Tinjauan Teori dan Konsep..... | 20 |
| 2.1.1 Usaha Kecil dan Menengah (UKM)..... | 20 |
| 2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)..... | 26 |
| 2.1.3 Budaya Organisasi..... | 29 |
| 2.1.4 Karakteristik Pemilik..... | 33 |
| 2.1.5 Kebijakan Pemerintah..... | 37 |
| 2.1.6 Orientasi Kewirausahaan..... | 42 |
| 2.1.7 Kinerja Usaha..... | 47 |
| 2.2 Tinjauan Empiris..... | 49 |
| 2.2.1. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha..... | 50 |
| 2.2.2. Pengaruh Karakteristik Pemilik dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha..... | 54 |
| 2.2.3. Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha..... | 57 |
| | |
| BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS..... | 61 |
| 3.1 Kerangka Konseptual..... | 61 |
| 3.2 Hipotesis Penelitian..... | 66 |
| | |
| METODE PENELITIAN..... | 68 |
| 1 Rancangan Penelitian..... | 68 |
| 2 Tempat dan Waktu Penelitian..... | 69 |
| 3 Populasi dan Sampel..... | 69 |



| | | |
|-------|--|----|
| 4.3.1 | Populasi | 69 |
| 4.3.2 | Sampel | 69 |
| 4.4 | Jenis dan Sumber Data | 71 |
| 4.4.1 | Jenis Data | 71 |
| 4.4.2 | Sumber Data..... | 71 |
| 4.5 | Metode Pengumpulan Data | 72 |
| 4.6 | Definisi Operasional Variabel | 73 |
| 4.7 | Instrumen Penelitian..... | 75 |
| 4.7.1 | Uji Validitas Instrumen | 76 |
| 4.7.2 | Uji Reliabilitas Instrumen | 76 |
| 4.8 | Teknik Analisis Data..... | 77 |
| 4.8.1 | Analisis Statistik Deskriptif | 77 |
| 4.8.2 | Analisis Structural Equation Model (SEM) | 78 |

BAB V HASIL PENELITIAN 85

| | | |
|-------|--|-----|
| 5.1 | Deskripsi Data | 85 |
| 5.1.1 | Karakteristik Responden Penelitian | 85 |
| 5.2 | Analisis Karakteristik Variabel | 87 |
| 5.3 | Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian..... | 94 |
| 5.4 | Hasil Pengukuran Setiap Konstruk atau Variabel Laten | 96 |
| 5.4.1 | Model Variabel Budaya Organisasi dan Karakteristik wirausaha..... | 96 |
| 5.4.2 | Model Variabel Kebijakan Pemerintah dan Orientasi Kewirausahaan..... | 97 |
| 5.4.3 | Model Variabel Kinerja Usaha..... | 99 |
| 5.5 | Uji Goodness of Fit Model | 100 |
| 5.5.1 | Uji Structural Equation Modelling (SEM) Full Model | 100 |
| 5.6 | Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian | 102 |
| 5.6.1 | Pengaruh Langsung Budaya Organisasi, Karakteristik Wirausaha dan Kebijakan Pemerintah terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha | 102 |
| 5.6.2 | Pengaruh Tidak Langsung Budaya Organisasi, Karakteristik Wirausaha dan Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja Usaha Melalui Orientasi Kewirausahaan | 106 |

BAB VI PEMBAHASAN..... 108

| | | |
|-----|---|-----|
| 6.1 | Pengaruh Budaya organisasi terhadap Orientasi Kewirausahaan | 108 |
| 6.2 | Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Orientasi Kewirausahaan | 112 |
| 6.3 | Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Orientasi Kewirausahaan | 114 |
| 6.4 | Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Usaha | 118 |
| 6.5 | Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Kinerja | |



| | |
|---|------------|
| Usaha | 122 |
| 6.6 Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja Usaha | 126 |
| 6.7 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha | 130 |
| 6.8 Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Usaha melalui Orientasi Kewirausahaan | 136 |
| 6.9 Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Kinerja Usaha melalui Orientasi Kewirausahaan | 139 |
| 6.10 Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja Usaha melalui Orientasi Kewirausahaan | 141 |
| BAB VII PENUTUP | 143 |
| 7.1 Kesimpulan | 143 |
| 7.2 Implikasi | 146 |
| 7.2.1 Implikasi Teoritis | 146 |
| 7.2.2 Implikasi Praktis | 147 |
| 7.3 Keterbatasan dan Penelitian Selanjutnya | 147 |
| 7.4 Saran | 148 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 150 |



DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|---------|
| 1.1 Jumlah UMKM Sulawesi Selatan | 4 |
| 1.2 Jumlah dan Persentase UKM Menurut Pulau | 5 |
| 3.1 Referensi dalam Menjelaskan Kausalitas antar Variabel | 65 |
| 4.1 Jumlah Populasi dan Sampel..... | 70 |
| 4.2 Interpretasi Skor Item Variabel..... | 72 |
| 4.3 Matriks Operasionalisasi Variabel dan Indikator..... | 74 |
| 4.4 Kriteria Kesesuaian Model Fit (<i>Goodness Of Fit</i>) | 84 |
| 5.1 Karakteristik Responden | 85 |
| 5.2 Frekuensi Variabel Budaya Organisasi | 88 |
| 5.3 Frekuensi Variabel Karakteristik Pemilik | 89 |
| 5.4 Frekuensi Variabel Kebijakan Pemerintah | 91 |
| 5.5 Frekuensi Variabel Orientasi Kewirausahaan | 92 |
| 5.6 Frekuensi Variabel Kinerja Usaha..... | 93 |
| 5.7 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas..... | 94 |
| 5.8 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices | 96 |
| 5.9 Loading Faktor (λ) Pengukuran Variabel Budaya Organisasi dan Karakteristik Wirausaha | 97 |
| 5.10 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices | 98 |
| 5.11. Loading Faktor (λ) Pengukuran Variabel Kebijakan Pemerintah dan Orientasi Kewirausahaan | 98 |
| 5.12 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices | 99 |
| 5.13 Loading Faktor (λ) Pengukuran Variabel Kinerja Usaha | 100 |
| 5.14 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit dan <i>Cut-Off Value</i> – Full Model..... | 104 |



5.15 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung Variabel 102

5.16 Pengujian Hipotesis Pengaruh tidak Langsung 106



DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|---|---------|
| 3.1 Model Theory of Planned Behaviour (TPB)..... | 65 |
| 3.2 Kerangka Konseptual..... | 65 |
| 4.1 Diagram Jalur Kerangka Konseptual (Full Model)..... | 81 |
| 5.1 Hasil Uji Full Model | 101 |



DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|--|---------|
| 1 Kuesioner..... | 168 |
| 2 Uji Validitas dan Reabilitas..... | 174 |
| 3 Pengujian Goodness of Fit Setiap Konstruk..... | 185 |
| 4. Pengujian Hipotesis | 189 |
| 5. Pengujian Hasil Sobel Tes..... | 201 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Small and medium-sized enterprises merupakan pelaku bisnis yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi sebuah negara (Siam dan Rahahleh, 2010; Bohusova dan Blaskova 2012). Usaha kecil dan menengah (UKM) memberikan kontribusi besar bagi Indonesia dan pertumbuhan ekonomi global. Peranan dan eksistensi UKM di negara-negara sedang berkembang yang semula sangat terabaikan karena dipandang hanya merupakan aktivitas yang berpendapatan rendah dan tidak menyumbang terhadap ekonomi, namun sejak tiga dekade yang lalu telah menarik perhatian para pakar ekonomi dan pengambil kebijakan di banyak negara berkembang untuk menjadikannya sebagai suatu alat yang penting dalam proses pembangunan ekonomi (Baptiste-Cornelis dan Long (2009).

Munculnya sektor UKM merupakan bagian yang signifikan dalam pengembangan ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan (Richardson, Howarth, dan Finnegan, 2004). UKM dianggap sebagai salah satu sumber pertumbuhan ekonomi lokal (Eze et al. 2019) dan UKM menyumbangkan sebagian besar dari PDB dan kegiatan ekonomi (Jasra, et al 2011). Kondisi dan fakta tersebut sejalan dengan hasil penelitian empiris yang dilakukan Demirbag et al., (2006) yang menyimpulkan bahwa keberhasilan UKM memiliki dampak langsung terhadap pembangunan ekonomi baik pada negara maju maupun negara berkembang.

UKM merupakan topik yang menarik untuk dikaji, banyak peneliti telah melakukan kajian dari berbagai jenis usaha diseluruh belahan dunia, baik segi produksi, pemasaran, sumber daya manusia, operasional dan lainnya yang



memberikan sumbangsih pemikiran dalam perkembangan UKM. UKM menjadi sektor andalan suatu bangsa karena masih bisa beroperasi pada masa krisis dan mampu menunjukkan ketangguhannya (Holm dan Sharma. 2006).

UKM merupakan salah satu usaha yang sudah teruji daya tahannya pada krisis multi dimensional di dunia (Souza-Poza, Altinkilinc, dan Searcy, 2009) termasuk di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang sangat signifikan ternyata tidak lepas dari peran UKM yang menopang pertumbuhan ekspor dan impor. Peran UKM yang begitu besar dan signifikan harus terus dijaga dan dikembangkan untuk dapat bersaing pada era persaingan global (Meliala, Matondang dan Sari, 2014). Meskipun UKM dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, namun disisi lain UKM juga memiliki kelemahan dan permasalahan.

Kompleksitas permasalahan yang dihadapi oleh UKM dalam menjalankan aktivitas bisnis berpotensi untuk memberikan peluang bagi pengembangan keilmuan. Studi yang dilakukan oleh Hankinson, *et. al.* (1997), penelitiannya dilakukan pada usaha kecil menengah selama dua tahun, dari tahun 1995-1997 di lima sektor yaitu: konstruksi, industri, ritel, layanan, dan transportasi melalui kuesioner sebanyak 800 responden di Inggris. Hasil penelitiannya menjelaskan tentang beberapa kelemahan yang dimiliki oleh UKM dalam menjalankan kegiatan bisnis, meliputi perilaku dan gaya hidup, kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki, metode manajemen yang digunakan dan motivasi yang dimiliki oleh pengusaha. Dalam penjelasannya, peneliti beranggapan bahwa beberapa komponen tersebut merupakan faktor kunci yang akan mempengaruhi pencapaian kinerja usaha. Dalam konteks budaya organisai, individu yang memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha akan menunjukkan karakteristik

aku yang akan berdampak pada pencapaian kinerja usaha (Morrison, ke, *et. al.*, 2011).

permasalahan UKM hampir sama di setiap negara, penelitian yang



dilakukan oleh Razak dan Abdullah (2018), melakukan survey di Negara Malaysia dan Turki. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa UKM telah dihadapkan dengan banyak masalah dan tantangan seperti akses ke pembiayaan, kurangnya sumber daya manusia, infrastruktur, inovasi dan teknologi, hukum dan peraturan serta akses ke pemasaran. Namun, dalam penelitiannya hanya membahas tiga faktor permasalahan yaitu akses keuangan, sumber daya manusia dan juga akses pemasaran. Penelitian yang dilakukan oleh Alauddin dan Chowdhury (2015) di Bangladesh, melakukan penelitian terhadap 50 responden pengusaha UKM yang melakukan pinjaman di Bank. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa permasalahan utama yang di hadapi adalah masih lemahnya akses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan.

Lemahnya kinerja UKM diduga kuat disebabkan oleh rendahnya nilai-nilai budaya organisasi yang terdapat pada UKM dan lemahnya kemampuan kewirausahaan pemilik usaha yang dapat mendorong kearah kinerja yang lebih satu karakteristik budaya adalah memberi pengaruh yang kuat ke dalam individu dan kinerja serta masih lemahnya akses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan. (Altinay dan Altinay, 2008, Hankinson, *et. al.*,1997, Alauddin dan Chowdhury, 2015).

Urata (2000) yang telah mengamati perkembangan UKM di Indonesia menegaskan bahwa UKM memainkan beberapa peran penting di Indonesia. Beberapa perannya yaitu: (1). UKM pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia, (2). Penyedia kesempatan kerja, (3). Pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat, (4). Pencipta pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sensitivitasnya serta keterkaiatn

antar kegiatan perusahaan, (5). Memberikan kontribusi terhadap tan ekspor non migas. Sementara itu, Tambunan (2001) menyebutkan UKM juga mampu mereduksi ketimpangan pendapatan (*reducing income*



inequality) terutama di negara-negara berkembang.

Data BPS Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan jumlah UKM 2006 sebanyak 22,7 juta, dan meningkat menjadi 26,7 juta pada akhir 2018. UKM tersebut mayoritas masih berada di Pulau Jawa (16,22 juta) atau 60,74%. Disusul Sumatera 4,97 juta (18,61%), Bali dan Nusa Tenggara 1,52 juta (5,68%). Untuk Sulsel sendiri, saat ini 922.367 ribu unit usaha UKM yang tersebar di 24 kabupaten dan kota. Data yang ada menunjukkan bahwa Provinsi di pulau Jawa masih mendominasi jumlah UKM terbanyak, demikian pula dengan kinerjanya masih lebih unggul dibandingkan dengan beberapa daerah lain di Indonesia. Pada seluruh Provinsi di Pulau Sulawesi Selatan menunjukkan sebaran UKM relatif lebih rendah dibandingkan dengan pulau Sumatera. Kontribusi UKM yang penting bagi perekonomian tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UKM dan rendahnya produktivitas.

Perkembangan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah di Sulawesi Selatan terus meningkat. Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Sulawesi Selatan

| Tahun | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Mikro | 780.452 | 797.081 | 800.081 | 803.141 | 803.751 |
| Kecil | 109.216 | 114.626 | 115.040 | 115.106 | 115.341 |
| Menengah | 3.186 | 3.216 | 3.230 | 3.246 | 3.275 |
| TOTAL | 892.854 | 914.923 | 918.351 | 921.493 | 922.367 |

Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Sulawesi Selatan, 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah UKM setiap tahunnya mengalami peningkatan. Selama lima tahun terakhir mengalami peningkatan sebesar 29.513 unit usaha. Hal ini di sebabkan karena salah satunya adalah modal yang digunakan relatif lebih kecil dibandingkan usaha



besar, sehingga banyak pelaku bisnis yang tertarik membuka usaha.

Adapun perkembangan UKM di Sulawesi Selatan berdasarkan wilayahnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Jumlah dan Persentase UKM Menurut Wilayah

| Wilayah | Persentase (%) |
|--|----------------|
| Selatan-Selatan (Kep.Selayar, Bulukumba, Bantaeng, Jeneponto, dan Sinjai) | 15,34 |
| Mamminasata (Makassar, Maros, Gowa, dan Takalar) | 30,75 |
| Pangkep-Ajatappareng (Pangkep, Barru, Parepare, Pinrang, dan Enrekang) | 13,82 |
| Bosowasi (Bone, Soppeng, Wajo, dan Sidrap) | 23,43 |
| Luwu dan sekitarnya (Luwu, Luwu Utara, Luwu Timur, Palopo, Tana Toraja, dan Toraja Utara) | 16,66 |
| Total | 100 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan dominan berada di wilayah Mamminasata yakni 30,75%, dan yang terendah di wilayah Pankep-Ajatappareng sebesar 13,82. Usaha kecil menengah berdasarkan wilayah yang terbanyak jenis usahanya adalah sektor usaha pertanian karena bidang tersebut sebagian besar penduduk Indonesia bermata pencaharian bercocok tanam. Oleh karena itu Indonesia mendapat julukan negara agraris. Selanjutnya sektor usaha perdagangan karena bidang usaha tersebut mempunyai keunggulan, yakni pengelolannya dianggap tidak rumit dan cocok dengan karakter umum penduduk Sulawesi Selatan yang suka berdagang atau jual-beli barang.

Saat ini usaha kecil menengah khususnya di bidang kuliner di Sulawesi berkembang dengan cepat mengikuti perubahan lingkungan yang ada. Persaingan ini dikarenakan usaha kuliner dianggap merupakan usaha



yang tidak memerlukan investasi yang terlalu tinggi serta makanan merupakan kebutuhan sehari-hari yang kerap di konsumsi oleh pelanggan. Selain itu kini makanan bukan hanya menjadi kebutuhan pokok, tapi juga trend dan gaya hidup dan usaha kuliner bahkan menjadi *trend* untuk di-*share* media sosial, instagram, facebook, dan sejenisnya. Untuk tetap memenangkan persaingan tersebut, produsen mau tidak mau harus meningkatkan keunggulan kompetitif yang dimiliki salah satunya melalui peningkatan kualitas produknya dengan melakukan inovasi.

Pertumbuhan industri kuliner mulai menjadi andalan sebagai penopang pertumbuhan ekonomi nasional dan manufaktur. Pada 2019 sektor makanan dan minuman diyakini terus menjadi primadona, terutama pada sektor industri pariwisata yang mengembangkan wisata kuliner. Pada 2018 Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyebut sektor makanan dan minuman berhasil menyumbang produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 6,34%. Capaian Kemenperin tersebut naik 0,23% dari tahun 2017 menjadi sebesar 6,21%. Sejak tahun 2017 industri makanan dan minuman berhasil masuk dalam lima besar penyumbang PDB terbesar bersama industri lain seperti industri kimia, alat angkut, tekstil, dan teknologi.

Bisnis kuliner ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya Sulawesi Selatan karena dianggap memiliki tingkat pengembalian modal yang relatif cepat dan dapat memenuhi kebutuhan primer masyarakat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya jumlah usaha kuliner yang berhasil dan berkembang pesat. Pesatnya usaha kuliner tersebut, akhir-akhir ini menggairahkan minat pengusaha untuk merintis bisnis di bidang kuliner. Banyak faktor yang menjadi

yang pelaku UKM bergelut di industri kuliner, salah satunya budaya yang cenderung mencari sesuatu yang mudah dan gampang. Fakta yang ada bahwa industri kuliner merupakan salah satu usaha



yang banyak diminati oleh pelaku UKM sehingga penulis tertarik mengkaji terkait UKM di bidang kuliner.

Data dari BPS tahun 2018, menunjukkan bahwa secara keseluruhan jumlah populasi UKM sebanyak 56.534.592 unit atau 99,99% namun hanya mampu menyumbangkan 60,34% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sedangkan usaha besar yang hanya memiliki 0,01% atau 4.968 unit namun mampu memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 39,66%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat ketimpangan kinerja dan produktivitas UKM bila dibandingkan dengan usaha besar.

Meskipun usaha kecil menengah memiliki berbagai kelemahan dan hambatan namun UKM mampu bertahan meskipun terjadi krisis ekonomi. Keunggulan UKM bertahan karena berbagai alasan. Pertama, tidak terlalu bergantung pada pinjaman bank dibandingkan dengan perusahaan besar. Kedua, UKM tidak mengandalkan bahan baku impor dan lebih memanfaatkan sumber daya lokal baik dari sisi sumber daya manusia, modal, bahan baku, maupun peralatannya. Ketiga, umumnya bisnis UKM menggunakan modal relatif rendah (Sato 2000, ter Wengel dan Rodriguez 2006). Dengan keunggulan tersebut, UKM tidak begitu merasakan pengaruh krisis global yang biasanya ditandai dengan penurunan nilai tukar rupiah. Studi empiris lain juga menjelaskan bahwa suatu bisnis yang dilakukan dengan dasar nilai-nilai budaya akan mampu mencapai kinerja yang superior (Iannaccone, 1998; Naughton & Corwall, 2009).

Dengan adanya berbagai permasalahan dan kelemahan yang dihadapi UKM, banyak peneliti tertarik melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja. Kotler dan Heskett (1992), mengatakan bahwa budaya

an kekuatan yang penuh, berpengaruh pada individu dan kinerjanya terhadap lingkungan kerja, dengan demikian dapat dikatakan bahwa organisasi merupakan jiwa organisasi dan jiwa para anggota organisasi



(Kilman *et al.*, 1988). Hal ini menggambarkan sangat diperlukannya pemahaman terhadap budaya organisasi oleh pihak-pihak interen agar tercipta motivasi, peningkatan kinerja karyawan.

Selain memiliki budaya organisasi yang kuat, pelaku wirausaha yang menjadi pimpinan atau manajer juga perlu memiliki orientasi kewirausahaan. Berbagai teori dan penelitian di bidang kewirausahaan menjelaskan pentingnya peran orientasi serta dampaknya terhadap kinerja (Lumpkin *et al.* (2005), Vitale *et al.* (2003), Wiklund (1999), Tudorovic dan Ma (2008), Pirala (2012). Penciptaan kinerja usaha yang tinggi pada suatu wilayah berpotensi terhadap penciptaan lapangan kerja baru, meningkatkan perdagangan, dan peningkatan *produc domestic bruto* (PDB) di wilayah tersebut (O'Regan *et al.*, 2005).

Perusahaan yang mempunyai budaya yang kuat, maka manajer cenderung bekerja penuh semangat dengan arah yang sama dan terkoordinasi secara baik. Kebersamaan, motivasi dan kontrol dapat membantu kinerja, jika tindakan itu cocok dengan strategi bisnis yang digunakan dan lingkungan dimana sebuah perusahaan beroperasi (Kotter dan Heskett, 1992). Kinerja tidak akan meningkat jika perilaku dan metode yang digunakan dalam melakukan bisnis tidak sesuai dengan kebutuhan sebuah produk perusahaan atau pasar jasa, pasar keuangan dan pasar tenaga kerja. Budaya yang kuat dengan praktik yang tidak cocok dengan konteks perusahaan sesungguhnya dapat mengakibatkan orang berperilaku destruktif yang secara sistematis menghancurkan sebuah kemampuan organisasi untuk hidup dan berhasil dengan baik.

Hofstede *et al.* (2010) menyebutkan bahwa budaya merupakan perangkat lunak pikiran yang mengatur pola pikir untuk bertindak dan mempersepsikan diri

orang lain. Implikasi lebih jauh, ini memberikan makna bahwa budaya dapat diwariskan dari pembawaan, tetapi perilaku yang dipelajari sehingga dapat

Molenaar *et al.* (2002) menyatakan bahwa salah satu karakteristik



budaya adalah memberi pengaruh yang kuat terhadap individu dan kinerja.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kotter dan Heskett (1992) yang menyebutkan budaya merupakan kekuatan yang berpengaruh pada individu dan kinerja bahkan terhadap lingkungan sosial. Schaper (2002) menyatakan bahwa perbedaan budaya dalam kelompok masyarakat membedakan perilaku kewirausahaan secara individu. Budaya nasional merupakan budaya yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat yang tinggal di sebuah wilayah. Dikatakan pula bahwa budaya organisasi akan secara terus menerus mempengaruhi nilai-nilai kerja dalam suatu organisasi (Hofstede *et al.*, 2010). Budaya organisasi akan selalu dipengaruhi oleh lingkungan di mana organisasi tersebut berada (Taliziduhu, 2005).

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Rashid *et al.* (2003) bahwa budaya organisasi yang kuat akan memberikan kinerja yang superior. Penelitian (Ogbonna & Harris, 2000) juga menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara budaya organisasi dan kinerja usaha. Demikian pula penelitian Xenikou & Simosi (2006) menyatakan bahwa kuatnya budaya organisasi menjadi penentu kinerja karyawan. Penelitian Crisman dan McMullan (2002) yang menyatakan bahwa penduduk asli di negara bagian (AS) mempunyai persepsi yang tidak berbeda dengan penduduk imigran mengenai kewirausahaan dan kinerja perusahaan. Adanya perbedaan etnis (penduduk asli dengan imigran di AS), ternyata tidak secara signifikan mempengaruhi perbedaan pada persepsi kewirausahaan atau kinerja usaha industri-industri kecil di AS. Hasil penelitian ini sudah tentu bertentangan dengan anggapan umum, bahwa etnis merupakan faktor kritis yang mempengaruhi faktor kinerja perusahaan.



penelitian Boyatzis (1982) bahwa budaya organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja. Sejalan dengan penelitian Oparama (2010) tentang *Effect of Culture on Employee Job Performance in Nigerian*. Studi ini melihat

dampak dari budaya organisasi terhadap kinerja karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan.

Lee dan Tsang (2001), menyatakan bahwa kesuksesan usaha sangat tergantung pada peranan pengusaha atau wirausahawan itu sendiri, dan dalam kewirausahaan faktor manusia memainkan peranan penting yang kritical di samping faktor lainnya. Seiring dengan hal tersebut orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh SDM dalam mengelola usaha pada lingkungan selalu berubah, karena karakteristik yang dimilikinya cenderung berubah. Konsep *entrepreneur* yang dimiliki pelaku UKM adalah seseorang yang memiliki tindakan kreatif yang membangun nilai dari sesuatu yang tidak tampak sebelumnya. Kewirausahaan juga membutuhkan kemauan untuk menghitung resiko, dan seorang *entrepreneur* diharapkan mempunyai kemampuan dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen.

Penelitian tentang faktor individu yang mempengaruhi kinerja usaha di UKM dapat dibagi dalam 2 (dua) kelompok, yaitu kelompok yang fokus pada *personality traits* dan kelompok yang berfokus pada kompetensi dari individu-individu dalam proses kewirausahaan (Li, 2009). Faktor *Personality traits* yang sering digunakan dalam menguji faktor yang menentukan keberhasilan usaha pada UMKM adalah karakteristik *entrepreneur*. Beberapa penelitian telah mengungkapkan bahwa kinerja *small business* ditentukan oleh karakteristik owner/manager (Kotey dan Meredith, 1997; Lee dan Tsang, 2001, Blackman, 2003; O'Regan *et al.*,2005 ; Zoysa dan Herath, 2007; Nimalathasan, 2008).

Hasil penelitian Zoysa dan Herath (2007) menunjukkan adanya hubungan mental owner/manager dengan kinerja pada tahap pertumbuhan usaha berbeda, temuan tersebut didukung dengan temuan Nimalathasan (2008) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara karakteristik



owner/manager dengan kinerja bisnis. Karakteristik entrepreneur di kelompokkan ke dalam 2 (dua) tipe, kelompok pertama yaitu; *attribute* merupakan karakteristik yang ada pada diri *entrepreneur* seperti; usia, gender, agama, pengaruh keluarga (*family influence*), dan kelompok yang kedua yaitu *attained* meliputi kualifikasi pendidikan dan pengalaman bisnis yang dimiliki (Blackman, 2003). Karakteristik pemilikan yang menentukan kesuksesan usaha adalah faktor psikologis dan pendidikan serta pengalaman berwirausaha (Sorensen dan Chang, 2006).

Pengusaha merupakan wirausaha yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk menjadi pemimpin strategis untuk usaha wirausaha, di mana tindakan wirausaha akan mempengaruhi keberhasilan usaha (Markman, 2007). Studi yang menyarankan bahwa dalam menganalisis kinerja UKM hendaknya di fokuskan pada pemilik (*owner*) sebagai unit analisis. Lee dan Tsang (2001); Blackman (2003); Solichin (2005); O'Regan *et al.* (2005); Zoysa dan Herath (2007); dan Nimalathasan (2008) dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa karakteristik pemilik/manajer berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Islam, Khan dan Obaidullah (2011), dengan judul *Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh*. Melakukan penelitian di Bangladesh dengan jumlah sampel 300 karyawan yang berlokasi di Dhaka, Narayangonj, Khulna dan Chittagong. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa bahwa karakteristik perusahaan (pemilik) tidak berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis.

Selain budaya organisasi dan karakteristik pemilik, kebijakan juga dapat mempengaruhi kinerja usaha. Penelitian Chowdhury (2007) menyatakan bahwa kebijakan memiliki peranan yang penting dalam menciptakan iklim yang positif mengembangkan usaha kecil. Sejalan dengan hal tersebut, Chen (2006)



berpendapat bahwa pemerintah memiliki peran untuk melindungi usaha kecil dan menengah dalam rangka menumbuhkembangkan usahanya sehingga mampu mengatasi persaingan. Moore dalam Bygrave (1995) melalui pendekatan makro, menyatakan bahwa kebijakan pemerintah dalam pembinaan dan pengembangan budaya kewirausahaan, akan berpengaruh terhadap penciptaan dan penentuan profil kewirausahaan. Hal ini berarti bahwa tanpa adanya dukungan peran pemerintah dalam memajukan usaha kecil menengah maka akan sulit dalam menumbuhkembangkan dan menciptakan daya saing.

Stam *et al.* (2014) melakukan penelitian bahwa dukungan finansial dari pemerintah berpengaruh positif memoderasi hubungan orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja pada industri *software sumber daya manusia* perbankan di Belanda. Namun, penelitian Emine (2012) melakukan penelitian dengan judul "*Financial Challenges That Impede Increasing the Productivity of SMEs in Arab Region*", survei dilakukan terhadap tiga Negara di Arab yaitu Qatar, Mesir dan Mauritania dengan menggunakan sampel sebanyak 300 responden yaitu pemilik dan manajer UKM. Hasil penelitian mengatakan bahwa dukungan pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja Usaha.

Dalam keberhasilan usaha, orientasi kewirausahaan sangat berperan dalam meningkatkan kinerja usaha. Peran mediasi orientasi kewirausahaan yang diukur dari ketiga indikatornya (sikap inovatif, sikap proaktif, dan keberanian mengambil risiko) pada hubungan antara karakteristik personal (*personality traits*) dengan kinerja usaha juga diteliti oleh Poon *et al.* (2006). Secara empiris kewirausahaan membuktikan bahwa terdapat perilaku mediasi yang berbeda dari variabel orientasi kewirausahaan. Secara signifikan terbukti bahwa orientasi

wirausahaan memediasi kewibawaan seseorang (*self-efficacy*) untuk berpengaruh secara positif kinerja usaha, sedangkan pengendalian diri (*locus control*) secara positif berpengaruh secara langsung terhadap kinerja dan



peranan mediasi dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja terbukti tidak nyata.

Orientasi kewirausahaan menggambarkan suatu perilaku organisasional yang meliputi keberanian untuk mengambil risiko, sikap proaktif, dan inovatif (Slevin dan Covin, 1991). Gima dan Anthony (2001) berpendapat, organisasi dengan kemampuan orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung mampu berkinerja lebih baik dibandingkan dengan para pesaing dalam hal: (1) pangsa pasar, (2) kecepatan di dalam memasuki pasar, dan (3) tingkat kualitas produk. Dijelaskan pula bahwa orientasi kewirausahaan akan mampu membawa organisasi menuju kinerja unggul (Vitale *et. al.*, 2003; Todorovic dan Ma, 2008). Todorovic dan Ma (2008) yang mengkaji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada perspektif lintas budaya, menjelaskan bahwa nilai-nilai budaya nasional memiliki dampak signifikan terhadap orientasi kewirausahaan, sehingga orientasi wirausaha tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai budaya (kultur) masyarakat sebagai suatu kebiasaan, norma, adat istiadat yang berlaku secara turun-menurun pada suatu daerah.

Hughes & Morgen (2007) judul penelitian *Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance*. Penelitian ini memfokuskan pada dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan (*risk talking, innovativeness, proactiveness, competitive aggressiveness, dan autonomy*) terhadap kinerja pada perusahaan berteknologi tinggi pada tahap embrio. Analisis data penelitian ini menggunakan regresi berganda, jumlah responden 211 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima dimensi orientasi kewirausahaan yang digunakan, hanya proactiveness dan terhadap business yang berpengaruh terhadap kinerja usaha sedangkan risk-taking hubungan yang negatif. Competitive aggressiveness, dan autonomy tidak terhadap kinerja usaha pada tahap pertumbuhan.



Chadwick *et al.* (2004) dengan judul “*Entrepreneurial Orientation, Organizational Culture and Firm Performance: An Empirical Study in The Banking Industry*”, meneliti secara empiris hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan, dengan sampel sebanyak 535 responden. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan. Begitupun juga penelitian yang dilakukan oleh Sangen (2005) tentang hubungan variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan budaya etnis Cina, Bugis, Jawa dan Banjar terhadap kinerja usaha kecil pada industri pengolahan pangan di Kalimantan Selatan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Dalam mengatasi permasalahan yang ada pada UKM, faktor kunci yang mempengaruhi pencapaian kinerja usaha yaitu dengan menggunakan pendekatan *theory of planned behavior* (TPB) dipelopori oleh Ajzen, (1985) yang digunakan sebagai grand teori dan landasan pengembangan konsep dalam kewirausahaan.

Ajzen (1985) berpendapat bahwa perilaku adalah fungsi dari niat individu. Perilaku yang teramati dengan pendekatan teori tersebut menunjukkan bahwa perilaku didahului oleh niat, yang pada gilirannya merupakan fungsi dari norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan sikap spesifik pada karakteristik internal. Sikap terhadap perilaku wirausaha yang spesifik, seperti mengejar sebuah peluang melalui usaha untuk membuka usaha baru merupakan fungsi dari kepercayaan yang dimiliki tentang kesempatan spesifik tersebut. Perhatian utama dalam TPB adalah pada intensi (niat) seseorang untuk berperilaku,

intensi merupakan variabel antara (mediasi) yang menyebabkan perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Menurut Ramdhani intensi berwirausaha adalah faktor motivasional yang mempengaruhi



individu-individu untuk mengejar hasil-hasil wirausaha.

Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha untuk mencapai kinerja usaha, antara lain faktor eksternal maupun faktor internal. Indarti dan Rokhima (2008), menjelaskan faktor internal yang mempengaruhi intensi kewirausahaan, antara lain: faktor kepribadian meliputi kebutuhan akan prestasi, efikasi diri, *locus of control*, pengambilan risiko dan budaya. Faktor demografi meliputi gender, umur, latar belakang pendidikan, pekerjaan orang tua, dan pengalaman kerja mempengaruhi intensitas kewirausahaan. Sedangkan faktor eksternal meliputi akses pada modal, informasi dari jejaring sosial, infrastruktur fisik dan instisional juga mempengaruhi intensi kewirausahaan.

Menurut Lee dan Wong (2004) *entrepreneurial intention* atau intensi berwirausaha dapat diartikan sebagai langkah awal dari suatu proses pendirian sebuah usaha yang umumnya bersifat jangka panjang (Lee & Wong, 2004). Krueger (1993) intensi berwirausaha mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru dan merupakan isu sentral yang perlu diperhatikan dalam memahami proses kewirausahaan pendirian usaha baru. Carsrud dan Brannback (2009) juga memberikan definisi dari intensi berwirausaha yaitu keinginan untuk memulai suatu bisnis, untuk menciptakan suatu usaha baru. Intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) merupakan niat yang ada pada diri seseorang untuk melakukan tindakan kewirausahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Marcati *et. al*, (2008) dengan menggunakan TPB sebagai landasan teori yang menggunakan inovasi sebagai variabel intervening dalam mencapai keberhasilan usaha. Penelitian ini dilakukan melalui sebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 188 perusahaan

di Italia. Selanjutnya penelitian McLaughlin & Stephens (2019) dan penelitian terkait faktor eksternal dengan jumlah sampel sebanyak 100 UKM yang menjelaskan bahwa karakteristik eksternal yang



menggunakan sosial media dapat meningkatkan kemampuan wirausaha.

Dengan melihat fenomena yang ada pada UKM serta grand teori yang digunakan dalam meningkatkan kinerja usaha maka penulis tertarik melakukan penelitian yang terkait budaya organisasi, karakteristik pemilik dan kebijakan pemerintah melalui orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Adapun keterbaharuan dalam penelitian ini terletak pada variabel mediasi yaitu orientasi kewirausahaan dan variabel eksogen yaitu kebijakan pemerintah, dimana variabel sebelumnya menggunakan variabel inovasi sebagai mediasi dan sosial media sebagai variabel eksogen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah sebelumnya, bahwa kondisi aktual kinerja usaha di Sulawesi Selatan dihadapkan pada permasalahan baik secara internal dalam wujud manajemen, sumberdaya manusia dan kemampuan permodalan; serta permasalahan eksternal seperti tingkat persaingan yang semakin ketat, kebijakan pemerintah, perubahan struktur ekonomi dan perkembangan ekonomi global, maka UKM yang eksistensinya dilindungi oleh pemerintah, dan dalam upaya mendorong perkembangan dan kemajuan UKM, dibutuhkan masukan melalui berbagai penelitian, agar UKM mampu berkembang sesuai dengan harapan masyarakat serta pemerintah. Pengaruh budaya organisasi, karakteristik pemilik, kebijakan pemerintah dan orientasi kewirausahaan para pengelola UKM, sangat signifikan menunjang perkembangan pengelolaan UKM di masa yang akan datang.

Terdapat *gap* penelitian yang mendasar yaitu adanya perbedaan hasil

penelitian sebelumnya, yang berhubungan dengan pengaruh budaya organisasi terhadap orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha. Di satu sisi, namun bahwa atribut-atribut budaya memiliki dampak yang kuat terhadap



pembentukan orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha (Muller dan Thomas, 2001; Kojo, 2003; dan Kreiser *et al.*, 2010). Sedangkan menurut Chrisman dan McMullan (2002), komposisi etnis penduduk asli dengan penduduk imigran di Amerika Serikat, tidak mempunyai perbedaan terhadap persepsi kewirausahaan.

Penelitian Chowdhury (2007) menyatakan bahwa pemerintah memiliki peranan yang penting dalam menciptakan iklim yang positif dalam mengembangkan usaha kecil. Namun, penelitian Dahi (2012) melakukan penelitian terhadap Usaha Kecil dan Menengah di Uni Emirat Arab, yang hasilnya mengatakan bahwa dukungan pemerintah tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja Usaha.

Bertitik tolak dari hal-hal tersebut, maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimanakah peranan dari orientasi kewirausahaan dalam memediasi pengaruh budaya organisasi, karakteristik pemilik/wandan kebijakan pemerintah terhadap kinerja usaha dari UKM di Sulawesi Selatan. Untuk menjawab permasalahan penelitian ini, maka disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan?
2. Apakah karakteristik pemilik berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan?
3. Apakah kebijakan pemerintah berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan?
4. Apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja usaha pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan?

Apakah karakteristik pemilik berpengaruh terhadap kinerja usaha pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan?

Apakah kebijakan pemerintah berpengaruh terhadap kinerja usaha pada



usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan?

7. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan ?
8. Apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan?
9. Apakah karakteristik pemilik berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan
10. Apakah kebijakan pemerintah berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan
2. Menganalisis pengaruh karakteristik pemilik terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan
3. Menganalisis pengaruh kebijakan pemerintah terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan
4. Menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja usaha pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan
5. Menganalisis pengaruh karakteristik pemilik terhadap kinerja usaha pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan
6. Menganalisis pengaruh kebijakan pemerintah terhadap kinerja usaha pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan
7. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha

usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan

menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja usaha melalui

ntasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan



9. Menganalisis pengaruh karakteristik pemilik terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan
10. Menganalisis pengaruh kebijakan pemerintah terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Sulawesi Selatan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pengembangan konsep atau teori tentang budaya organisasi, karakteristik pemilik, kebijakan pemerintah, dan orientasi kewirausahaan pengaruhnya terhadap kinerja usaha UKM di Sulawesi Selatan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak manajemen UKM di Sulawesi Selatan untuk menganalisis faktor-faktor yang perlu mendapatkan perhatian utama dalam mengidentifikasi budaya organisasi, karakteristik pemilik, kebijakan pemerintah, orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha
2. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan informasi dan pembanding kaitannya dengan budaya organisasi, karakteristik pemilik dan kebijakan pemerintah dalam meningkatkan orientasi kewirausahaan serta kinerja usaha.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Kewirausahaan sangat identik dengan usaha kecil dan menengah. Wheelen dan Hunger (2002) berpendapat bahwa usaha kecil dioperasikan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam daerahnya dan tidak menggunakan praktek-praktek inovatif. Tapi usaha yang bersifat kewirausahaan adalah usaha yang pada awalnya bertujuan untuk tumbuh dan menguntungkan serta dapat dikarakteristikkan dengan praktek-pratek inovasi strategis.

Usaha kecil dan menengah di Indonesia masih sangat beragam. Definisi Usaha kecil menengah (UKM) menurut Griffin dan Ebert (1996) memiliki tiga peran penting dalam perekonomian suatu negara, yaitu sebagai pencipta lapangan kerja, sumber inovasi dan pendukung usaha besar. Kenyataan di berbagai negara menunjukkan banyaknya lapangan kerja baru justru diciptakan oleh UKM.

Usaha kecil menengah merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia yang masih tergolong negara berkembang. Dengan banyaknya jumlah UKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran. Selain itu UKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah. Ciri-ciri usaha kecil berdasarkan studi yang dilakukan

zerg (1990) yaitu:

atannya cenderung tidak formal dan jarang yang memiliki rencana

a



- b. Struktur organisasi bersifat sementara
- c. Jumlah tenaga kerja terbatas dengan pembagian kerja yang longgar
- d. Kebanyakan tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan
- e. Sistem akuntansi kurang baik, bahkan sukar menekan biaya
- f. Kemampuan pemasaran serta diversifikasi pasar cenderung terbatas
- g. Margin keuntungan sangat tipis

Berdasarkan pada beberapa ciri tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa kelemahan dari usaha kecil selain dipengaruhi oleh faktor keterbatasan modal juga tampak pada kelemahan manajerialnya. Hal ini terungkap baik pada kelemahan pengorganisasian, perencanaan, pemasaran, maupun pada kelemahan akuntansinya.

Ojala (2002) usaha kecil (*small business*) adalah Bisnis dimana satu atau dua orang diperlukan untuk mengambil keputusan manajemen penting: keuangan, pembukuan, personalia, pembelian, pengolahan atau pelayanan, pemasaran, penjualan, tanpa bantuan dari spesialis internal dan dengan pengetahuan yang spesifik hanya dalam satu atau dua bidang fungsional. Bisnis didefinisikan kecil jika memiliki karakteristik berikut : *it has no publicity-traded securities, the owner have undiversified personal portfolio, limited liability is absent or ineffectve, first generation owner are entrepreneurial and prone to risk taking, manajemen tim tidak lengkap, the business experiences the high cost of market and institutional imperfefection, relationships with stakeholder are less formal. And it has a high degree of fleksibility in designing compensation schemes.*



hang (2002) meringkas enam karakteristik penting yang dimiliki usaha (1) sangat tergantung pada pemilik perusahaan (selalu manajer), (2) an mudah untuk didirikan, (3) beroperasi dengan kapital yang

dikumpulkan sendiri oleh manajer (4) struktur manajemen sederhana, (5) penuh inovasi, dan (6) mudah dipengaruhi oleh lingkungan.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008, usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang.

Kriteria usaha kecil berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 adalah:

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

Usaha menengah menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

Dilihat dari aspek personalia, perusahaan menengah pada umumnya

mampu memberikan jalur karir yang pasti dengan renumerasi yang seperti yang dilakukan oleh perusahaan besar bagi para karyawannya (2003). Dalam hal ketersediaan peluang pelatihan dan pengembangan



keterampilan karyawan, kemampuan perusahaan menengah masih sangat terbatas (Webster, Walker & Barret, 2005). Meskipun terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan menengah, namun terdapat beberapa karakteristik yang menonjol. Salah satu karakteristik penting pada perusahaan menengah adalah bahwa pada umumnya karyawan perusahaan menengah memiliki kepuasan personal yang lebih dibandingkan dengan karyawan perusahaan besar. Hal ini disebabkan adanya kebebasan, fleksibilitas dan sifat kolegial yang dimiliki oleh karyawan pada perusahaan menengah.

Aspek lain yang membedakan perusahaan menengah dengan perusahaan besar berkaitan aspek kapabilitas inovasi. Sebagaimana lazim diketahui bahwa perusahaan menengah memiliki keterbatasan akses terhadap bentuk-bentuk pembiayaan (Freel, 2000). Keterbatasan tersebut menyebabkan usaha menengah kesulitan dalam melakukan perencanaan jangka panjang terutama berkaitan dengan inovasi produk dan inovasi proses (Shrader, Mulford & Balckburn, 1989). Keterbatasan sumber pendanaan berdampak pada keahlian manajemen, terbatasnya skala ekonomi, terbatasnya sumberdaya untuk kegiatan penelitian dan pengembangan, serta lemah dalam mengadopsi teknologi baru (Yasuda, 2005).

Karakteristik yang lain yang dimiliki oleh perusahaan menengah adalah ukuran perusahaan dan struktur organisasi. Ukuran perusahaan dan struktur organisasi usaha menengah adalah relatif sederhana sehingga berpeluang lebih fleksibel dalam merespon perubahan lingkungan. Fleksibilitas usaha menengah tersebut akan mendorong kreativitas dan kedinamisan *entrepreneurial*. Fleksibilitas, kreativitas dan kedinamisan *entrepreneurial* serta kemampuan

mbinasikan karakteristik penting yang dimiliki usaha menengah
an memicu usaha menengah mencapai keunggulan bersaing (Barrett,
stein, 1998).



Kriteria usaha menengah menurut Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 adalah:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Sedangkan klasifikasi UKM untuk negara yang sedang berkembang adalah sebagai berikut :

- a. Perusahaan besar dengan jumlah karyawan minimal sebesar 100 orang atau lebih.
- b. Perusahaan menengah dengan jumlah karyawan antara 20 – 99
- c. Perusahaan kecil dengan jumlah karyawan antara 5 - 19 orang

Definisi UKM yang beragam di Indonesia ternyata tidak jauh berbeda dengan definisi UKM pada tingkat internasional. Berikut ini dilihat definisi UKM pada tingkat internasional. *World Bank* membagi klasifikasi UKM menjadi:

- a. *Medium enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) Jumlah karyawan maksimal 300 orang;
 - 2) Pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15 juta,
 - 3) Jumlah aset hingga sejumlah \$15 juta.
- b. *Small enterprise*, dengan kriteria
 - 1) Jumlah karyawan kurang dari 30 orang;
 - 2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta;
 - 3) Jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta.



Micro enterprise, dengan kriteria:

- 1) Jumlah karyawan kurang dari 10 orang:
- 2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100 ribu.
- 3) Jumlah aset tidak melebihi \$ 100 ribu.

Menurut *Europe Commission* membagi klasifikasi UKM menjadi:

1. *Medium-sized enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) Jumlah karyawan kurang dari 250 orang,
 - 2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 58,5 juta.
 - 3) Jumlah aset tidak melebihi \$ 50,3 juta.
2. *Small-sized enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) Jumlah karyawan kurang dari 50 orang.
 - 2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 11,7 juta,
 - 3) Jumlah aset tidak melebihi \$15,2 juta.
3. *Micro-sized enterprise*, dengan kriteria
 - 1) Jumlah karyawan kurang dari 10 orang.
 - 2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 2,3 juta.
 - 3) Jumlah aset tidak melebihi \$ 2 juta.

Sejak dahulu peranan usaha kecil, dan menengah (UKM) dalam perekonomian Indonesia pada dasarnya sangatlah penting. Sehingga program pemberdayaan UKM yang dilakukan oleh pemerintah dikoordinasikan oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Berbagai program pemberdayaan UKM meliputi berbagai aspek mulai dari proses produksi sampai dengan pemasarannya. Secara umum program-program pemberdayaan UKM dilakukan oleh pemerintah tentu saja melalui UU No. 20 Tahun 2008 yang diturunkan dalam bentuk program UKM seperti: program pemberdayaan institusional,

tan akses, terhadap sumber-sumber pendanaan, pemberdayaan di produksi melalui bantuan sektor usaha selektif, pengembangan jaringan an, pengkajian, penelitian, dan pengembangan sumber daya.



2.1.2 *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of planned behavior (TPB) atau teori perilaku terencana merupakan kelanjutan dari *theory of reasoned action* (TRA) yang sudah pernah diteliti oleh Ajzen dan Fishbein pada 1975 kemudian di kembangkan sampai pada tahun 1980. *Theory of reasoned action* memiliki keterbatasan ketidakmampuan dalam menangani kontrol perilaku individu. Teori perilaku terencana adalah niat individu untuk melakukan sesuatu yang diberikan oleh tingkah laku.

Menurut analisis Ajzen (1991), *theory of reasoned action* (TRA) hanya dapat digunakan untuk perilaku yang berada di bawah kontrol individu, dan tidak sesuai jika digunakan untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya di bawah kontrol individu karena adanya faktor lain yang kemungkinan dapat menghambat atau mendukung tercapainya niat individu untuk berperilaku, sehingga Ajzen dalam *theory of planned behavior* (TPB) menambahkan satu faktor antesenden yaitu *perceived behavioral control*.

Theory of planned behavior (TPB) dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 1985 melalui artikelnya "*From intentions to actions: A Theory of planned behavior*". Menurut Ajzen (1991), faktor sentral dari perilaku individu adalah bahwa perilaku itu dipengaruhi oleh niat individu (*behavior intention*) terhadap perilaku tertentu tersebut. Dalam *theory of planned behavior* menerangkan bahwa perilaku seseorang akan muncul karena adanya niat untuk berperilaku.

Theory of planned behavior merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia merupakan makhluk rasional yang menggunakan informasi yang mungkin bagi dirinya secara sistematis. Sebelum melakukan

dakan, individu akan memikirkan implikasi atau maksud dari tindakannya memutuskan untuk melakukan perilaku tersebut atau tidak (Ajzen, at merupakan fungsi dari ketiga determinan dasar yaitu: mencerminkan



sikap pribadi (*personal nature*), sifat sosial (*social in nature*), dan berhubungan dengan masalah kontrol (*issues of control*) (Ajzen, 2005).

Planned behavior theory menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsian orang tersebut. Bila ada sikap yang positif, dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku maka niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi (Ajzen, 2005). Seseorang yang memiliki sikap yang positif dalam berwirausaha, mendapat dukungan dari orang disekitarnya dan adanya persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berusaha maka niat seseorang untuk berwirausaha akan semakin tinggi.

Model TPB dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu pengaruh eksternal (*external influences*) dan pengaruh internal (*internal influences*). Pengaruh eksternal yang digunakan untuk memprediksi *Actual Behavior* adalah *Social Influence* terdiri dari *Subjective Norm*, dan *Situational Influence* terdiri dari *Perceived Behavior Control*. Sedangkan faktor internal yang digunakan untuk memprediksi *Actual Behavior* adalah *Personal Influenc* terdiri dari *Attitude*.

Subjective Norm (SN) adalah tekanan sosial terhadap individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Hal yang mendasarinya adalah *Normatif Belief*, yaitu sudut pandang individu terhadap suatu kondisi atau keadaan yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial individu tersebut (Al-Lozi dan Papazafeiropoulou, 2012). Menurut Ajzen (1991), SN

suatu faktor yang berkaitan dengan lingkungan yang mempengaruhi untuk mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan



suatu perilaku atau tindakan. *Subjective Norm* berpengaruh terhadap kepercayaan diri suatu individu, karena individu merasa tindakan yang dilakukannya diterima dan didukung oleh lingkungan terdekatnya (Pavlou dan Chai, 2002).

Menurut Hsu, dkk. (2006) mengutip dari Ajzen dan Madden (1986), *Perceived Behavior Control* (PBC) adalah anggapan individu terhadap kemampuannya dalam menunjukkan suatu perilaku pada suatu kondisi. dalam penelitiannya Ajzen (1991) menjelaskan bahwa PBC adalah anggapan individu tentang mudah atau tidaknya, bisa atau tidaknya, individu tersebut melakukan suatu perilaku. PBC bertindak sebagai prediktor yang penting bagi *Human Intention*, karena PBC adalah konsep individu dalam mengontrol dirinya sendiri untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Berdasarkan penelitian Al-Lozi dan Papazafeiropoulou (2012), konsep PBC dikaitkan dengan *self-efficacy* yang dikenalkan oleh Bandura (1982). *Self efficacy* adalah penilaian terhadap seberapa baik individu menjalankan atau mengeksekusi suatu tindakan yang diperlukan untuk suatu kondisi tertentu.

Pengaruh internal pada model TPB adalah *attitude* (ATTD) sebagai hasil dari individu mempertimbangkan konsekuensi suatu perilaku yang akan dilakukan atau tidak dilakukan (Crespo dan Del Bosque, 2008). Menurut Al-Lozi dan Papazafeiropoulou (2012), *attitude* ditentukan oleh keyakinan individu dan respon terhadap perilaku yang dilakukan.

Perceived Behavior Control memiliki peranan penting pada model TPB (Al-lozi dan Papazafeiropoulou, 2012). Menurut Ajzen (2005), perilaku individu (*Actual Behavior*) dipengaruhi oleh kepercayaan diri individu tersebut terhadap

uannya melakukan suatu tindakan (*Perceived Behavior Control*). Tetapi penelitiannya Ajzen menemukan kurangnya fakta yang membuat PBC



tidak dapat berpengaruh langsung terhadap *actual behavior*, sehingga dibutuhkan data-data lain yang dapat mendukung pengaruh PBC pada model TPB yaitu *subjective norms* dan *attitude*. PBC dan *human intention* harus dinilai untuk memastikan ketertarikan individu terhadap perilaku tertentu sesuai dengan kondisi dimana perilaku tersebut terjadi. Ketika individu dapat mengontrol (PBC) situasi lingkungan (SN) dengan sikap (ATTD) yang telah diputuskan, maka *human intention* cukup untuk memprediksi *actual behavior*.

Perceived behavioral control menggambarkan perasaan *self efficacy* atau kemampuan diri individu dalam melakukan suatu perilaku. *Perceived behavioral control* adalah persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Ajzen (2005) menjelaskan bahwa *perceived behavioral control* ditentukan oleh kombinasi antara *control belief* dan *perceived power control*. *Control belief* merupakan *belief* individu mengenai faktor pendukung atau penghambat untuk memunculkan sebuah perilaku. *Belief* ini didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Sedangkan *perceived power control* adalah persepsi individu akan kekuatan setiap faktor pendukung atau penghambat tersebut.

2.1.3 Budaya Organisasi

Konsep budaya sejak awal telah menjadi bahasan utama dalam bidang organisasi, dan telah memperoleh perhatian dalam perkembangan awal studi organisasi (*organizational behavior*). Konsep budaya pertama kali



muncul ke permukaan sebagai suatu dimensi utama di dalam memahami perilaku organisasi (Hofstede *et al.*, 2010) sehingga banyak karya terakhir berpendapat tentang peran kunci budaya dalam mencapai keunggulan organisasi (Schein, 1996). Budaya dan masyarakat merupakan dua buah sisi yang tidak terpisahkan. Pemahaman yang benar terhadap suatu masyarakat akan membantu memahami budaya masyarakat tersebut secara utuh dan benar.

Kesadaran mengenai pentingnya peranan budaya dalam sebuah organisasi semakin mengemuka dan mendapat tempat yang semakin penting dalam kajian ilmu manajemen. Kajian tersebut kemudian diaplikasikan dalam konteks praktik-praktik ilmu manajemen sehingga melahirkan istilah budaya perusahaan (*corporate culture*) yang dalam perkembangannya telah meluas menjadi kajian budaya organisasi (*organization culture*).

Hodgetts dan Luthan (1994) mengungkapkan bahwa budaya merupakan suatu pengetahuan di mana masyarakat menggunakan pengalamannya untuk menghasilkan suatu sikap diri dan perilaku sosial. Pengetahuan ini akan membentuk nilai-nilai, menciptakan sikap, dan mempengaruhi perilaku masyarakat sebagai anggota masyarakat atau keluarga masyarakat tertentu yang tidak mungkin dihindari. Budaya organisasi merupakan salah satu jenis aktiva tidak berwujud yang dapat meningkatkan kinerja organisasi (Chow, *et al.* 2003, Emawan, 2004., Eoh, 2001). Bilamana anggota organisasi memahami nilai-nilai organisasi, akan menjadikan nilai-nilai tersebut sebagai suatu kepribadian organisasi, dan nilai-nilai serta keyakinan tersebut akan diwujudkan menjadi perilaku keseharian dalam bekerja, sehingga dapat mewujudkan kinerja yang baik.

Budaya organisasi memenuhi beberapa fungsi penting dalam sebuah organisasi (Hunger & Wheelen, 2003) yaitu; budaya memberikan nuansa



identitas bagi karyawan, membantu menimbulkan komitmen karyawan terhadap sesuatu yang lebih besar daripada diri mereka sendiri, menambah stabilitas organisasi sebagai suatu sistem sosial, merupakan kerangka referensi bagi karyawan agar digunakan untuk menerima berbagai kegiatan organisasional dan juga sebagai pedoman bagi perilaku yang tepat. Budaya membentuk perilaku manusia di dalam organisasi, karena budaya sangat kuat pengaruhnya terhadap perilaku manajer di tiap tingkat organisasi, maka budaya juga sangat mempengaruhi stabilitas perusahaan untuk mengubah arah strategisnya (Hunger & Wheelen, 2003).

Berbagai definisi tentang budaya organisasi telah disampaikan dalam konteks antropologi, psikologi organisasi, dan teori manajemen. Deal dan Kennedy (1982) menjelaskan budaya organisasi sebagai nilai dominan yang dianut oleh organisasi; Kotter dan Heskett (1992) mengemukakan budaya organisasi merupakan pola perilaku atau gaya yang mendorong anggota baru untuk mengikutinya serta mengemukakan pentingnya budaya organisasi bagi anggota organisasi karena menyangkut tentang simbol, ritual, mitos, cerita dan legenda tentang interpretasi kejadian, ide dan pengalaman yang dipengaruhi dan dibentuk oleh kelompok orang-orang di mana mereka saling berinteraksi.

Hofstede *et al.* (2010) mendefinisikan budaya sebagai suatu pola pemikiran, perasaan, dan tindakan dari satu kelompok sosial, yang membedakan dengan kelompok sosial yang lain. Siagian *et al.* (1999) memberikan definisi bahwa budaya organisasi mengacu kepada suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota organisasi yang membedakan organisasi tersebut dengan organisasi lain. Dikemukakan pula bahwa budaya organisasi merupakan

suatu variabel penting bagi seorang pemimpin karena budaya organisasi
menentukan nilai-nilai yang diakui dan menjadi pedoman bagi para pelaku



anggota organisasi.

Selanjutnya Robbins *et al.* (2007) mendefinisikan budaya organisasi sebagai suatu persepsi bersama yang dianut oleh anggota-anggota organisasi dan menjadi suatu sistem dan makna bersama. Hodgetts dan Luthan (1994) mengungkapkan bahwa budaya merupakan suatu pengetahuan di mana masyarakat menggunakan pengalamannya untuk menghasilkan suatu sikap diri dan perilaku sosial. Pengetahuan ini akan membentuk nilai-nilai, menciptakan sikap, dan mempengaruhi perilaku masyarakat sebagai anggota masyarakat atau keluarga masyarakat tertentu yang tidak mungkin dihindari

Schein (2004) memilih definisi yang dapat menjelaskan bagaimana budaya berkembang, bagaimana budaya itu menjadi seperti sekarang ini, atau bagaimana budaya dapat diubah jika kelangsungan hidup organisasi sedang dipertaruhkan. Schein (2004) menyatakan bahwa budaya organisasi merupakan sebuah pola asumsi-asumsi dasar yang bersifat valid dan bekerja di dalam organisasi. Serangkaian asumsi dasar dapat dipelajari oleh para anggota organisasi. Budaya organisasi berperan sebagai pemberi solusi atas masalah organisasi dan juga berperan selaku adaptor terhadap faktor-faktor yang berkembang di luar organisasi serta dalam proses integrasi internal dari para anggotanya.

Denison (1990) mengartikan budaya organisasi sebagai nilai-nilai, keyakinan, dan prinsip-prinsip dasar yang merupakan landasan bagi sistem dan praktek-praktek manajemen serta perilaku yang meningkatkan dan menguatkan prinsip-prinsip tersebut. Model Denison tersebut menekankan pentingnya menghubungkan praktek-praktek manajemen dengan asumsi dasar dan

aan dalam menilai efektifitas budaya organisasi. Nilai-nilai dan n/kepercayaan dalam organisasi menumbuhkan seperangkat praktik



manajemen dimana aktivitas-aktivitas yang dilakukan merupakan sumber dari nilai-nilai organisasi. Aktivitas ini muncul dari penguatan nilai-nilai dan keyakinan/kepercayaan yang dominan di dalam suatu organisasi. Dengan demikian indikator yang digunakan sebagai acuan dalam dalam penelitian ini adalah teori Denison (1990) yaitu keterlibatan, konsistensi, adaptasi, dan misi.

2.1.4 Karakteristik Pemilik

Menurut Suryana dan Bayu (2011) karakteristik diartikan sebagai tabiat, watak, sifat-sifat kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari yang lain. Berdasarkan definisi tersebut maka karakteristik pemilik merupakan sifat-sifat atau ciri-ciri yang dimiliki oleh seorang wirausaha, yang membedakan seorang wirausaha dengan bukan wirausaha. Karakteristik wirausahawan (pemilik) ada dua yaitu karakteristik internal dan karakteristik eksternal.

Karakteristik internal mewakili evaluasi individu secara internal, seperti orang lain, objek fisik, perilaku, atau keputusan (Fishbein dan Ajzen, 1975). Karakteristik internal menempatkan individu pada sikap evaluatif atau afektif. Zajonc (2000) menjelaskan bahwa faktor karakteristik internal ditentukan oleh kekuatan dominan dari sikap individu. Sebaliknya Eagly dan Chaiken (1993), berpendapat bahwa sikap individu tidak mewakili karakteristik internal secara menyeluruh karena lebih ditentukan oleh aspek kognitif, afektif, dan konasi. Demikian pula, studi Zanna dan Rempel (1988) menganggap sikap sebagai kategorisasi dimensi evaluatif berdasarkan informasi kognitif, informasi afektif atau emosional, dan informasi mengenai perilaku masa lalu.

faktor eksternal tentang keputusan untuk berwirausaha tidasari atas demografi seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan latar belakang



keluarga (Keat, Selvarajah dan Meyer, 2011). Pengaruh keluarga merupakan faktor penting bagi pelaku UKM untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan (Bagheri dan Pihie, 2010). Argumentasi tersebut didukung oleh temuan Anderson, Jack dan Drakopoulou (2005) bahwa hubungan sosial dan jaringan memainkan peran penting untuk mengembangkan wirausaha yang baik. Temuan Robson dan Bennet (2000) berpendapat bahwa keluarga dan rekan hanya bertindak sebagai pendorong dan pemberi rekomendasi bagi perempuan untuk membuka usaha. Pada dasarnya, wirausahawan baru mengandalkan sumber informal internal seperti anggota keluarga, kolega dan jejaring sosial (Greene dan Saridakis, 2007) untuk mendapatkan dukungan dan bimbingan dalam berbisnis.

Kearney *et al.* (2008) membuagi karakteristik pemilik meliputi: pendidikan, nilai-nilai pribadi, usia, pengalaman kerja, jaringan dukungan moral, dan jaringan dukungan profesional.

- a. Pendidikan. Pendidikan sangatlah penting dalam perjalanan pengusaha. Pentingnya hal tersebut tidak hanya tercermin dari tingkat pendidikan yang dicapai, tetapi juga dalam kenyataan bahwa pendidikan terus memainkan peranan penting dalam membantu para pengusaha mengatasi masalah-masalah yang dihadapi. Pendidikan akan memudahkan integrasi dan akumulasi pengetahuan baru, memberikan individu-individu peluang yang lebih besar dan membantu para pengusaha dalam menyesuaikan diri dengan situasi-situasi
- b. Nilai-nilai Pribadi. Terdapat lima nilai-nilai pribadi sebagai konsensus yang ditemukan pada semua konsumen dan kelompok kepemimpinan yaitu: kualitas produk, jasa yang berkualitas bagi pelanggan, kemampuan menyesuaikan diri dengan perubahan masa, manajemen kaliber tinggi, dan etika dalam praktik-praktik bisnis.



- c. Usia. Penting untuk membedakan antara usia wirausaha (tercermin dari pengalamannya) dan usia kronologis. Usia wirausaha mencerminkan pengalaman bisnis sedangkan usia kronologis adalah usia saat seseorang memulai karir wirausaha. Sebagian besar pengusaha memulai karir wirausaha antara usia 22 dan 45 tahun. Pengalaman wirausaha merupakan salah satu ukuran untuk memprediksi keberhasilan yang terbaik, terutama ketika usaha baru beroperasi dalam bidang yang sama dengan pengalaman bisnis sebelumnya.
- d. Sejarah kerja (*work history*). Sejarah kerja tidak hanya merupakan sebuah pemindahan negatif dalam keputusan untuk memulai usaha wirausaha baru, tetapi juga memainkan peran dalam pertumbuhan dan pada akhirnya keberhasilan usaha baru tersebut. Ketika usaha tersebut terbentuk dan mulai berkembang, keterampilan serta pengalaman manajerial menjadi lebih digunakan, selain pengalaman usaha.
- e. Jaringan dukungan moral. Jaringan dukungan moral merupakan individu-individu yang memberikan dukungan psikologis untuk seorang pengusaha. penting bagi setiap pengusaha untuk membangun sebuah jaringan dukungan moral (*moral-support network*) keluarga dan para rekanan.
- f. Jaringan dukungan profesional Jaringan dukungan profesional merupakan individu-individu yang membantu seorang pengusaha dalam aktivitas bisnisnya. Selain dorongan, seorang pengusaha membutuhkan nasihat sepanjang pembentukan usaha baru. Nasihat ini didapat dari seorang mentor, asosiasi- asosiasi bisnis, asosiasi perdagangan, atau afiliasi-afiliasi pribadi.



Menurut Sorensen dan Chang (2006) *characteristics of entrepreneurs* menentukan kesuksesan usaha meliputi:

faktor psikologi (*Psychological factors*) merupakan karakteristik individu

sebagaimana dalam literatur psikologi. Faktor-faktor psikologi yang mempengaruhi kinerja usaha meliputi :

- 1) Kebutuhan berprestasi (*Need for achievement*) (Mc Clelland) Seorang *entrepreneur* adalah seseorang yang proaktif bertanggungjawab terhadap keputusan, menyukai risiko, menikmati umpan balik dari kinerja, dan tidak menyukai rutinitas dan tugas-tugas yang berulang.
- 2) Lokus kendali (*Locus of control*) mengandung arti seberapa jauh individu yakin bahwa mereka menguasai nasib mereka sendiri. Faktor psikologi lainnya fokus pada hubungan antara *entrepreneurs locus of control* dan kinerja usaha. *Internal locus of control* mengacu pada keyakinan individu bahwa nasib mereka atau kinerja ditentukan oleh tindakan mereka sendiri daripada faktor eksternal. Faktor psikologis juga termasuk karakteristik "pengambilan risiko" di antara pengusaha. Teori menyatakan bahwa pengusaha sukses sedikit tidak menyukai risiko dibandingkan bukan pengusaha. Argumen ini mencerminkan kepercayaan yang lebih umum. memerlukan sikap wirusaha yang lebih dalam mencari risiko.
- 3) Karakteristik Kepribadian (*Personal traits*). Faktor-faktor psikologis juga meliputi dari ciri-ciri individu (*personal traits*) termasuk *individual skills*, *motivation*, dan *personality traits*.
- 4) Pendidikan dan Pengalaman (*Education and experience*).

Tingkat pendidikan pendiri usaha/pemilik secara positif terkait dengan kinerja usaha. Pendidikan yang lebih tinggi dianggap memiliki dampak lebih baik dalam berwirausaha karena kondisi tersebut mencerminkan kenyataan bahwa mereka rata-rata lebih mampu. Pengalaman dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu: pengalaman sebagai tenaga kerja,



pengalaman pekerjaan, pengalaman industri dan pengalaman kewirausahaan. Efek pengalaman mencerminkan gagasan yang masuk akal dimana pengusaha akan lebih baik jika mereka memiliki pengetahuan yang sudah ada tentang pembeli dan pemasok dalam industri mereka, memahami masalah operasional, dan hal lainnya

Blackman (2003) membagi karakteristik *entrepreneur* ke dalam 2 (dua) pengelompokan, yaitu :

- 1) *Attribute*. Atribut merupakan karakteristik yang ada pada diri *entrepreneur* meliputi: usia, gender, agama, pengaruh keluarga (*family influence*)
- 2) *Attained*. *Attained* meliputi kualifikasi pendidikan, dan pengalaman bisnis yang dimiliki

2.1.5 Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah terhadap usaha kecil pada dasarnya memiliki tiga aspek yang penting, yaitu penciptaan lingkungan ekonomi yang menguntungkan, deregulasi atau regulasi terhadap keberpihakan, penyediaan informasi bisnis dan dukungan perkembangan usaha kecil. Alasan untuk ini terletak pada premis bahwa perusahaan kecil akan lebih mampu merencanakan masa depannya dan lebih mungkin berinvestasi untuk pertumbuhan jangka panjang setelah diberi kondisi dalam bentuk kebijakan pemerintah.

Antusiasme pemerintah melakukan deregulasi usaha kecil didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan-perusahaan kecil menghadapi beban regulasi yang tidak masuk akal yang, krusial, menghambat perusahaan, pelanggaran bahwa beban-beban tersebut akan menghasilkan peningkatan pertumbuhan dan

kerja sebagai pemilik dan manajer memiliki lebih banyak waktu untuk menjalankan bisnis dan menjadi kurang menghindari risiko sebagai



konsekuensi dari peraturan melanggar lebih mudah dipahami. Kebijakan pemerintah terhadap perusahaan akan penyediaan informasi yang dapat menghasilkan berbagai instrumen dan program. Tindakan Pemerintah yang didasarkan pada kegagalan pasar untuk informasi bisnis yang memerlukan keterlibatan sektor pemerintah

Sebuah kebijakan adalah sebuah tindakan yang sengaja dibuat untuk memandu keputusan dan mencapai tujuan-tujuan yang rasional. Kebijakan berbeda dari peraturan atau hukum. Jika hukum dapat menyentuh atau melarang perilaku tertentu, maka kebijakan hanya memberikan panduan bertindak menuju hal-hal yang paling mungkin dilakukan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Sebuah kebijakan merupakan rangkaian keputusan yang diambil oleh pemegang kebijakan dengan mempertimbangkan arah tujuan yang ingin dicapai dan cara mencapai tujuan tersebut, di mana keputusan yang diambil berada dalam kewenangan dan tanggung jawab para pengambil keputusan (Jenkins, 1978). Birkland (2001) selanjutnya menyebutkan beberapa definisi dari kebijakan sebagai berikut :

- a. Terminologi kebijakan publik merujuk pada tindakan pemerintah dan keinginan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut
- b. Kebijakan publik adalah hasil dari perjuangan dalam pemerintahan melawan siapa memperoleh apa
- c. Kebijakan publik adalah apapun yang pemerintah pilih untuk melakukan atau untuk tidak melakukan
- d. Kebijakan publik meliputi keputusan politik untuk mengimplementasikan program-program untuk mencapai tujuan masyarakat.

Sebagai alternatif yang lebih sederhana, kebijakan publik adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, baik yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung, yang



mempengaruhi kehidupan warga negara.

Mengacu kepada kedua pendapat tersebut, maka kebijakan merupakan suatu rangkaian keputusan yang saling berhubungan, diputuskan oleh orang atau sekelompok orang yang wewenang dan tanggung jawab di bidangnya, yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan termasuk pula cara-cara mencapai dan mengevaluasi tujuan yang ditetapkan. Tujuan dari sebuah kebijakan dapat beragam tergantung dari konteks pembuatannya. Secara umum, kebijakan biasanya dibuat dalam rangka menghindari dampak negatif atau untuk mendorong dampak positif/ *benefit*. Kebijakan dapat diklasifikasikan dalam beberapa tipologi.

Menurut Ahmad, dkk (2010) studi yang berfokus pada faktor eksternal biasanya memeriksa peran pemerintah dalam menciptakan lingkungan yang kondusif untuk kinerja perusahaan bisnis yang lebih kecil. seperti kebijakan pemerintah melalui program dukungan pelatihan dan keuangan, pinjaman lunak dan bantuan ekspor, (Mahajar dan Yunus, 2006). penyediaan infrastruktur dasar, perlindungan terhadap persaingan dari bisnis besar (Yusuf, 1995); program pendidikan dan pelatihan (Robertson, dkk. 2003).

Konsep kebijakan pemerintah mengaju pada usaha pemerintah untuk membantu usaha kecil menjadi berkembang dalam bergai aspek. Kebijakan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan namun juga memberikan dampak yang positif pada perekonomian makro seperti perekonomian memberikan kontribusi pada PDB, mengurangi tingkat pengangguran dan memperluas kesempatan kerja.

Penelitian yang dilakukan Xiang (2011) tentang perhatian pemerintah terhadap usaha kecil, seperti pemberian bantuan keuangan berupa pinjaman atau bantuan kredit atau pinjaman dan pemberian program pengembangan



usaha kecil memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan usaha kecil dan menengah. Tambahan uang dari bantuan keuangan mendorong nenerapan inovasi produk baru, memperkenalkan teknologi baru, mendapatkan dana yang lebih besar, mencari akses terhadap konsultan yang professional.

Fulop (2000) menyatakan bahwa para partisipan dalam program yang disponsori oleh pihak pemerintah dan diidentifikasi oleh badan pendanaan sebagai usaha yang berhasil dengan melakukan kemitraan multi organisasi yang terbentuk secara formal melalui sikap keterlibatan di dalam program-program yang didanai oleh pemerintah. Terdapat 3 (tiga) aspek dalam bentuk bantuan yang penting antara lain :

- a. Bentuk pola yang digunakan dalam program kemitraan
- b. Mekanisme bantuan pemerintah
- c. Peran-peran yang dimainkan pihak ketiga dalam pola bantuan.

Badan pendanaan telah melakukan kemitraan dengan usaha kecil melalui sikap keterlibatan dalam program-program pembinaan dan pengembangan yang merupakan bantuan dana dari pemerintah. Tingkatan kepentingan dari kesepakatan dalam pola bantuan untuk mencapai kesuksesan tergantung pada individu dari perusahaan serta bentuk pola bantuan yang digunakan oleh pemerintah. Pengelolaan yang baik dari pihak pemerintah tergantung dari bentuk pola bantuan, tahapan pengembangan dan komitmen yang kredibel (Holmes et al, 1996). Kebijakan yang dirumuskan tentunya tidak hanya mengandalkan rumusan-rumusan makro dengan memperbaiki iklim usaha, tetapi juga harus mengutamakan pendekatan mikro dengan menyelami dan mengatasi berbagai bentuk hambatan yang dialami oleh para pelaku usaha kecil menengah.

areel (1992) juga menyatakan bahwa proses pemberian bantuan dapat berpengaruh terhadap peningkatan efisiensi proses produksi, yaitu proses



kebijakan-kebijakan (*the policies process*) yang dilakukan oleh seseorang dalam mengkombinasikan sumber permodalan, mengadakan perluasan pasar, menambah jumlah dan variasi produk serta menetapkan tingkat upah. Sedangkan Bruno *et al.* (1987) menguraikan bahwa program bantuan mempunyai suatu unsur kegiatan peningkatan kemampuan suatu usaha, khususnya keterampilan bidang perencanaan untuk menangkap peluang yang ada.

Ketersediaan sumber daya yang lebih mampu dan terampil sesuai dengan situasi persaingan saat ini akan meningkatkan usaha. Zapalska dan Edwards (2001) menjelaskan bahwa pemerintah pusat melakukan upaya untuk menyelesaikan persoalan-persoalan dengan melakukan desentralisasi atas proses pengambilan keputusan dan mendelegasikan kepada pemerintah lokal dalam melakukan pembinaan dan memberikan kelonggaran dalam memberikan bantuan pinjaman modal untuk aktivitas usahanya.

Kroon dan Moolman (1992) menyatakan bahwa program pelatihan dapat membantu pemilik/manajer untuk mempelajari bagaimana melakukan pendekatan atas persoalan-persoalan tertentu dan dengan cara ini akan menghemat waktu dan uang, serta menyadari akan peraturan-peraturan dan prosedur-prosedur tertentu yang dapat membantu mereka untuk melaksanakannya.

Perspektif kajian pengembangan usaha kecil, studi ini akan difokuskan pada kebijakan pemerintah yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab V dan Bab VI yakni Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan

usaha dan pengembangan usaha dengan menetapkan peraturan undang-undang dan kebijakan yang meliputi aspek (1) Pendanaan



(bantuan modal usaha melalui KUR), (2) sarana dan prasarana, (3) pengembangan usaha (sumber daya manusia) dan (4) perizinan usaha.

2.1.6 Orientasi Kewirausahaan

Pengertian orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) berkaitan dengan aspek psikometrik yang dilihat dari inovasinya, sifat proaktifnya dan keberanian mengambil resiko. (Semuel, Siagian, and Octavia 2017) inovasi adalah kreativitas dalam melakukan perubahan dan bernilai komersial. Kreativitas akan diperlukan untuk mengeksploitasi produk yang sudah ada dalam menciptakan produk baru. Namun, nilai komersial produk juga diperlukan agar penemuan baru bisa disebut inovasi.

Pada penelitian sebelumnya, yang berhubungan dengan orientasi kewirausahaan, didapatkan kesimpulan bahwa kewirausahaan yang memiliki risiko yang lebih besar dari jenis perusahaan lainnya, maka perusahaan tersebut akan menjadi lebih proaktif dalam mencari peluang bisnis baru. Miller dan Friesen (1982) berpendapat bahwa kewirausahaan menjadi berbeda karena memiliki titik berat pada inovasi produk baru. Hal ini ditandai oleh beberapa organisasi yang mempunyai kemauan berinovasi secara berani dan regular pada pengambilan resiko yang cukup besar dalam strategi pemasaran produknya.

Dengan menggunakan definisi dan literatur sebelumnya, para peneliti kewirausahaan mencetuskan istilah "orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) untuk menggambarkan sebuah himpunan yang relatif konsisten yang terdiri dari kegiatan-kegiatan atau proses-proses yang saling terkait (Lumpkin

ss, 1996). Khandwalla (1972) serta Miller dan Toulese (1983)

bangkan sebuah instrumen untuk menilai dimensi-dimensi ini secara



empiris di dalam sebuah perusahaan. Instrumen ini kemudian dikembangkan lagi oleh Covin dan Slevin (1991). Selanjutnya Lumpkin dan Dess (1996) menambahkan dua dimensi lagi yaitu agresivitas persaingan dan otonomi. Orientasi kewirausahaan memiliki tiga karakteristik utama, yaitu inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif (Covin dan Slevin, 1991; Miller dan Friesen, 1982).

Menurut Covin dan Slevin (1991), orientasi kewirausahaan ditunjukkan oleh sejauh mana manajer puncak cenderung untuk mengambil risiko yang terkait dengan bisnis (dimensi risiko), mendukung perubahan dan inovasi dalam rangka untuk mendapatkan keuntungan kompetitif bagi perusahaan mereka (dimensi inovasi), dan bersaing secara agresif dengan perusahaan lain (dimensi proaktif). Selanjutnya Covin dan Slevin (1991) dalam Kreiser *et al.* (2010) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) berkaitan dengan aspek psikometrik yang dilihat dari motivasinya, sifat proaktifnya dan keberanian mengambil risiko. Dari ketiga dimensi ini bisa dilihat orientasi kewirausahaan seseorang.

Lumpkin dan Dess (1996) memberi pengertian bahwa orientasi kewirausahaan mengacu pada suatu strategi orientasi perusahaan untuk memperoleh gaya, praktek, dan metoda pengambilan keputusan. Selanjutnya diungkapkan juga bahwa orientasi kewirausahaan mencerminkan bagaimana suatu perusahaan beroperasi dibandingkan dengan apa yang direncanakan.

1) Kecenderungan untuk berinovasi (*innovativeness*)

Para peneliti menganggap bahwa inovasi merupakan jantung dari kewirausahaan (Covin dan Miles, 1999; Shumpeter, 1939 dalam Kreiser *et al.*,

Dimensi *innovativeness* mencerminkan kecenderungan organisasi menggunakan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen dan proses



kreatif yang mungkin berhasil dalam memperkenalkan produk atau jasa baru, hal-hal baru atau proses teknologi (Lumpkin dan Dess, 1996). Jadi *innovativeness* merupakan kemauan dasar untuk meninggalkan teknologi atau praktik-praktik yang lama dan sudah ada untuk mencari hal-hal baru untuk menuju ke arah yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian Frese *et al.* (2002) menunjukkan kecenderungan organisasi untuk bermotivasi (*innovativeness*) secara positif berhubungan dengan sukses organisasi karena dengan ide baru, organisasi dapat menangkap segmen penting dalam pasar. Tingkat inovasi yang tinggi akan meningkatkan kinerja organisasi.

Definisi orientasi wirausaha yang digunakan Miller dan Toulese (1983) dicirikan oleh unsur *innovativeness*, *proactiveness* dan *risk taking*. Kebanyakan penelitian dilakukan berdasar pada kerja dari Miller dan Toulese (1983) misalnya Covin dan Slevin (1991). Kurang lebih terdapat 12 penelitian yang dilakukan berdasarkan instrumen yang dikembangkan Miller dan Toulese (1983), Covin dan Slevin (1991). Hal ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat terus digunakan untuk mengukur tingkat wirausaha organisasi (Wiklund, 1999 dalam Lumpkin dan Dess, 1996).

Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan bahwa penerapan konsep orientasi wirausaha terdapat dalam literatur strategi. Selanjutnya dijelaskan bahwa orientasi wirausaha mengacu pada proses, praktek dan aktivitas pembuatan keputusan. Meskipun banyak penelitian empiris mengenai kewirausahaan terfokus pada analisis tingkat individual, namun para peneliti saat ini lebih berfokus pada kewirausahaan sebagai perilaku tingkat

sasi. Wiklund (1999) dan Miller and Toulese (1983) dalam Lumpkin dan (1996) mendefinisikan organisasi wirausaha sebagai organisasi yang



pertama dalam inovasi produk pasar, berani mengambil sejumlah risiko dan pertama secara proaktif memperkenalkan inovasi produk yang memukul kompetitor dengan telak. Dia menggunakan tiga dimensi wirausaha dari total tujuh dimensi seperti yang diusulkan oleh Miller dan Friesen (1982). Lumpkin dan Dess (1996) menambah dua dimensi orientasi wirausaha yakni kecenderungan untuk bertindak otonomi (*autonomy*) dan kecenderungan untuk menjadi agresif ketika berhadapan dengan pesaing (*competitive aggressiveness*). Jadi mereka mendefinisikan orientasi wirausaha sebagai *innovativeness, proactiveness, risk taking, autonomy* dan *competitive aggressiveness*.

2) Kecenderungan bertindak proaktif (*proactiveness*)

Dimensi kedua dari orientasi wirausaha, yaitu *proactiveness*, sikap proaktif mengacu pada perspektif *forward looking* (cara pandang ke depan) dalam pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul (Lumpkin dan Dess, 1996). Senada dengan Yeoh dan Joeng (1995) dalam Kreiser *et al.* (2010) yang mendefinisikan proaktif untuk persaingan dengan pesaingnya. Organisasi proaktif cenderung menjadi pemimpin daripada pengikut, karena memiliki keinginan dan pandangan ke depan untuk menangkap peluang baru sekalipun tidak selalu menjadi yang pertama melakukan hal tersebut.

3) Kecenderungan berani mengambil risiko (*risk taking*)

Konsep risk taking telah lama dihubungkan dengan kewirausahaan (Kreiser *et al.*, 2010). Dimensi ini mencerminkan kemauan aktif organisasi untuk mengejar peluang meskipun peluang tersebut mengandung risiko dan ya tidak pasti (Caruana *et al.*, 2001). Dimensi ini menangkap tingkatambilan risiko dalam berbagai keputusan alokasi sumber daya seperti



halnya pilihan produk dan pasar (Venkatraman, 1989). Meskipun pengambilan risiko biasanya dipandang sebagai ciri atau sifat individu, namun Venkatraman memandangnya sebagai suatu konstruk tingkat organisasi. Risiko diperhitungkan dalam arti bahwa pengusaha secara objektif mengidentifikasi faktor-faktor kunci risiko dan sumber-sumber risiko dan kemudian secara sistematis mencoba untuk *manage* atau mengurangi faktor-faktor ini.

Prilaku pengambilan risiko oleh organisasi dapat berupa tindakan pengambilan risiko yang berisiko kecil seperti mendepositokan uang di bank hingga tindakan yang berisiko tinggi seperti meminjam uang di bank, investasi dalam teknologi yang belum dieksplorasi ataupun membawa produk baru ke dalam pasar yang baru (Lumpkin dan Dess, 1996). Senada dengan Frese *et al.* (2002) yang menyatakan bahwa pengambilan risiko dapat dilihat sebagai usaha organisasi terhadap hal yang tidak diketahui misalnya penyelidikan dalam teknologi yang belum dieksplorasi.

Begley dan Boyd (1987) dalam Kreiser *et al.* (2010) menemukan bahwa kecenderungan organisasi untuk berani mengambil risiko (*risk taking*) memiliki pengaruh positif pada kinerja organisasi. Kecenderungan sikap menghadapi risiko berhubungan secara positif dengan sukses organisasi karena manajer ataupun pemilik organisasi dapat membuat perjanjian yang menguntungkan bagi organisasinya (Frese *et al.*, 2002).

Menurut Gima dan Anthony (2001), organisasi dengan kemampuan orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung mampu berkinerja lebih baik dibandingkan dengan para pesaing dalam pangsa pasar, kecepatan di dalam memasuki pasar, dan tingkat kualitas produk. Orientasi kewirausahaan akan

membawa organisasi menuju kinerja unggul (Vitale *et al.*, 2003; c dan Ma, 2008).



2.1.7 Kinerja Usaha

Kinerja merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja perusahaan adalah hal yang sangat menentukan dalam perkembangan perusahaan. Tujuan perusahaan untuk tetap eksis, memperoleh keuntungan, dan dapat berkembang (*growth*) dapat tercapai apabila perusahaan tersebut memiliki performa yang baik. Kesuksesan suatu perusahaan membutuhkan karyawan yang bisa melakukan pekerjaannya bukan hanya sekedar pekerjaan mereka semata namun yang dapat memberikan kinerja yang lebih baik melebihi harapan perusahaan (Aponno *et al.* 2017). Kinerja (*performance*) perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, tingkat pengembalian modal, tingkat *turn-over* dan pangsa pasar yang diraih (Jauch dan Glueck, 1998).

Li *et al.* (2005) menggunakan 3 indikator untuk pengukuran kinerja usaha, yaitu; efisiensi, pertumbuhan, dan profit. Kinerja perusahaan merupakan fenomena multi aspek yang sulit diukur (Sanchez dan Marin, 2005). Berbagai literatur menunjukkan bahwa baik indikator kuantitatif maupun kualitatif memiliki keterbatasan dan direkomendasikan untuk digunakan secara bergantian. Pengukuran secara kuantitatif seperti ROI, profit, sales, dan sebagainya, untuk mengidentifikasi seberapa besar pencapaian perusahaan pada suatu periode tertentu, lazimnya digunakan ukuran ROI yaitu hasil perbandingan dari pendapatan sebelum pajak dengan asset total (Suci, 2009). Sedangkan pengukuran secara kualitatif atau sering disebut indikator kinerja, merupakan pengukuran kinerja dengan menggunakan pendekatan skala tertentu atas variabel-variabel kinerja seperti pengetahuan dan pengalaman bisnis,

uan untuk menawarkan kualitas produk dan jasa, kapasitas untuk bangkan proses dan produk baru, kemampuan mengelola dan bekerja kelompok, produktivitas tenaga kerja, dan tanggung-jawab perusahaan



terhadap lingkungan.

Sanchez dan Marin (2005) mengukur kinerja usaha kecil dan menengah dengan mengacu pada tiga aspek yaitu *profitability*, *productivity*, dan *market*. Pada penelitian lainnya Lee dan Tsang (2001) menggunakan kinerja usaha dengan menggunakan *venture growth* yang terdiri atas pertumbuhan penjualan, pertumbuhan aset perusahaan, dan pertumbuhan keuntungan usaha sebagai indikator pengukuran kinerja bisnis. Sedangkan penelitian Delaney and Huselid (1996), Becker dan Gerhart (1996) menggunakan kinerja usaha dengan menggunakan profitabilitas, produktivitas, daya tahan hidup, pertumbuhan dan Pangsa Pasar.

Penelitian-penelitian yang dilakukan pada usaha kecil, dan menengah, biasanya menggunakan pendekatan campuran (finansial dan non finansial), namun kesulitan muncul ketika manajer atau pemilik usaha kecil dan menengah tidak bersedia atau keberatan memberikan informasi data kinerja keuangannya (Beal, 2000). Untuk mengantisipasi ketidaktersediaan data kinerja yang jelas, maka pendekatan persepsi memungkinkan untuk digunakan seperti yang dikemukakan Dess dan Beard, (1984).

Littunen (2002) mendefinisikan kinerja sebagai kemampuan untuk menghasilkan sesuatu dalam dimensi yang telah ditentukan secara apriori, dalam kaitannya dengan target. Sistem pengukuran kinerja yang terorganisir dengan baik memungkinkan mekanisme tunggal yang paling kuat dalam manajemen untuk meningkatkan probabilitas sebagai implementasi dari strategi. Literatur menunjukkan bahwa omset penjualan merupakan indikator kinerja yang paling sering digunakan. O'regan *et al.* (2005) menggunakan ukuran kinerja keuangan

aba kotor per karyawan. Keuntungan dari pendekatan ini adalah ditungkan ukuran perusahaan, kompleksitas, struktur organisasi, dan komunikasi.



Berdasarkan beberapa pendapat tentang kinerja usaha, dengan pertimbangan usaha kecil menengah tidak semuanya melakukan penyusunan laporan keuangan secara terstandar, maka dalam pengukuran kinerja dalam penelitian ini menggunakan pengukuran subyektif dari pemilik/manajer usaha kecil menengah dengan mengadopsi ukuran kinerja dari Delaney and Huselid (1996), Becker dan Gerhart (1996) yaitu profitabilitas, produktivitas, daya tahan hidup, pertumbuhan dan pangsa pasar. Street dan Cameron (2007) menyatakan bahwa kesuksesan kinerja bisnis ditentukan oleh beberapa faktor yaitu; (1) *individual characteristics*, (2) *organizational characteristics*, (3) *relationship and environmental characteristics*, (4) *strategy development and planning*, serta (5) *organizational development*.

Boohene *et al.* (2008) menyatakan bahwa kinerja usaha ditentukan oleh personal value dari owner/manager, dan strategi, dimana personal value akan mempengaruhi strategi yang dipilih oleh owner/manager. Kotey dan Meredith (1997) menyatakan bahwa owner/manager personal values, strategi bisnis, and enterprise performance secara empirik memiliki hubungan yang saling terkait. Li (2009) mengidentifikasi faktor individu yang menentukan kinerja bisnis meliputi ciri-ciri personal, karakteristik psikologis, modal manusia, dan behavioral.

2.2 Tinjauan Empiris

Dalam kajian pustaka ini diuraikan tentang beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian. Di samping itu dalam bab ini juga disajikan teori-teori yang dapat dipakai sebagai dasar dalam menganalisis fenomena. Kajian tersebut mencakup

kajian empiris tentang perilaku individu dalam organisasi, *small and sized enterprises (SMEs)*, kewirausahaan, budaya organisasi, kebijakan, karakteristik pemilik, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha.



Pengkajian yang dilakukan tersebut akan dijadikan sebagai acuan untuk membangun model konseptual penelitian. Selanjutnya, peneliti melakukan sintesa terhadap beberapa penelitian terdahulu tentang budaya organisasi, orientasi kewirausahaan, karakteristik pemilik, kebijakan pemerintah dan kinerja usaha.

2.2.1 Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha

Penelitian yang dilakukan Kojo (2003) pada lima negara Pasifik Selatan, dan salah satunya adalah Papua Nugini, ditujukan untuk mengamati budaya masyarakat Pasifik Selatan dikaitkan dengan karakteristik kewirausahaan. Lima negara yang dijadikan sebagai sampel yaitu Papua Nugini, Samoa Barat, Tonga, Fiji dan Kepulauan Cook. Variabel yang digunakan sebagai karakteristik kewirausahaan meliputi: *collectivism*, *power distance*, *masculinity*, dan *uncertainty avoidance*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis adalah perpanjangan tangan dari klan, pengusaha sebagai anggota klan berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap anggota lain.

Keberhasilan pengusaha tidak diukur dari segi ekonomi, tapi kemampuan menyeimbangkan kepentingan klan dan persaingan bisnis. Sukses juga dapat diukur dengan status pengusaha dalam masyarakat Chand dan Ghorbani (2011) mengkombinasikan kerangka kerja kebudayaan nasional dan teori modal sosial untuk menjelaskan pembentukan dan pengelolaan kewirausahaan bersama antara para imigran di Amerika Serikat. Secara spesifik kasus yang diteliti terdiri dari komunitas India dan China yang ada di Amerika Serikat. Analisis dilakukan

mempergunakan skala-skala Hofstede dan Globe, untuk mengukur dimensi kebudayaan dari kedua jenis imigran ini.

Simpulan bahwa, komunitas-komunitas imigran yang berbeda



biasanya memiliki cara-cara yang berbeda pula di dalam mengumpulkan dan menggunakan modal sosial untuk memulai dan menjalankan usaha-usaha patungan etnis mereka. Keanekaragaman tersebut telah mewujudkan dirinya ke dalam berbagai macam motif dari pendirian usaha-usaha patungan semacam itu, termasuk pula terhadap praktek-praktek di bidang sumber daya manusianya, dan bahwa keanekaragaman seperti itu, sebagian disebabkan oleh perbedaan latar belakang budaya bangsa mereka masing-masing.

MacRae (1998) meneliti tentang hubungan antara perekonomian, ritual dan sejarah Ubud sebagai salah satu pusat pariwisata di Bali. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kepariwisataan yang berkembang pesat di kawasan Ubud ternyata tidak menimbulkan penggantian atas bentuk-bentuk budaya tradisional dengan budaya kapitalis internasional, tetapi malahan terjadi upaya konservasi, pembangunan dan intensifikasi aspek-aspek kebudayaan tradisional. Kepariwisataan dalam prakteknya telah mengubah landasan-landasan perekonomian dari cara-cara hidup yang tergantung kepada produksi pertanian, kemudian menjadi tergantung kepada suatu sektor yang baru, yaitu sektor jasa-jasa.

Penelitian terdahulu tentang hubungan budaya terhadap kewirausahaan yang dilakukan oleh Kreiser *et al.* (2010) dan Kojo (2003) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara budaya terhadap kinerja usaha. Budaya yang diteliti pada riset-riset sebelumnya terdiri dari budaya nasional dan budaya organisasi. Penggunaan variabel dengan menggunakan budaya kelompok belum banyak dilakukan (Schapper, 2002) sehingga merupakan peluang untuk mengembangkan penelitian yang menghubungkan budaya kelompok terhadap

usaha dan lebih cocok untuk usaha mikro kecil.

Kreiser *et al.* (2010) memperoleh model yang cocok untuk *entrepreneurial*



orientation pada saat diukur melalui pengukuran orientasi inovasi, proaktif, dan risiko. Hal ini disebabkan karena orientasi kewirausahaan merefleksikan sejauh mana pertumbuhan usaha dipicu oleh identifikasi dan eksploitasi peluang pasar yang belum dimanfaatkan. Penelitian yang dilakukannya menggunakan populasi semua pemilik/manajer umum perusahaan kecil dan menengah di enam negara (meliputi Australia, Finlandia, Mexico, Belanda, Norwegia, dan Swedia) dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 1.067 pemilik/manajer perusahaan kecil. Data dikumpulkan dengan menggunakan skala Likert 5 *point* serta menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA) dan analisis regresi sebagai alat analisis. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sikap inovatif, proaktif, dan keberanian dalam mengambil risiko membentuk kontribusi unik terhadap orientasi kewirausahaan.

Selanjutnya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan juga diteliti oleh Lim (2002). Hasil risetnya menunjukkan bahwa pengembangan tentang konsep-konsep orientasi kewirausahaan sangat perlu dilakukan pada perusahaan kecil. Hal ini disebabkan karena atribut-atribut personal dan pemilik yang membentuk orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh kuat terhadap kinerja perusahaan. Juga ditemukan bahwa dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan yang meliputi otonomi, risiko, inovatif, dan bersaing secara agresif berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Selanjutnya dijelaskan bahwa budaya organisasi sering dikaitkan dengan kesuksesan organisasi. Dalam kajiannya, Baker dan Sinkula (2005) memandang

orientasi kewirausahaan merupakan konsep budaya di mana perusahaan akan kepuasan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan sebagai prinsip



pengorganisasian perusahaan. Budaya organisasi dimaksud adalah bagaimana suatu kebiasaan tertanam pada anggota organisasi sehingga dapat memahami dan melaksanakan konsep orientasi kewirausahaan dan memperlakukannya sebagai budaya.

Beberapa peneliti mulai mengapresiasi peran budaya organisasi serta pengaruhnya terhadap orientasi kewirausahaan dan dampaknya terhadap kinerja usaha. Kreiser *et al.* (2010) melakukan studi di 1.070 perusahaan di enam negara untuk menilai dampak budaya nasional pada dua dimensi kunci dari orientasi kewirausahaan yaitu pengambilan risiko dan proaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya nasional memiliki dampak penting dan dapat diidentifikasi pada kemauan organisasi untuk terlibat dalam pengambilan risiko dan perilaku proaktif perusahaan.

Demikian pula halnya dengan Todorovic dan Ma (2008) yang melakukan kajian konseptual tentang peran budaya dalam kaitannya dengan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan konsekuensinya terhadap kinerja usaha. Dijelaskan bahwa secara spesifik, terdapat aliran penelitian yang menyatakan korelasi kuat antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja organisasi (Wiklund 1999; Zahra *et al.* 1995 dalam Todorovic dan Ma, 2008). Namun studi tersebut sebagian besar merefleksikan budaya barat dalam lingkungan ekonomi maju.

Chrisman *dan* McMullan (2002) meneliti apakah dimensi-dimensi yang berbeda dalam sebuah kultur mempengaruhi kinerja dengan cara bagaimanakah budaya mempengaruhi persepsi kolektif para wirausaha yang memulai usaha mereka, dengan sampel para manajemen puncak yang diperoleh melalui *random sampling* dan alat analisis *OLS Multiple regression analysis*. Hasil penelitiannya

menunjukkan bahwa komposisi etnis penduduk asli dengan imigran di negara (AS) ternyata tidak mempunyai perbedaan terhadap persepsi



kewirausahaan atau kinerja. Hasil penelitian ini bertentangan dengan anggapan bahwa etnik merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Karakteristik Pemilik terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha

Penelitian di bidang kewirausahaan juga dilakukan oleh Ucbasaran (2004) di Inggris dengan obyek wirausaha di 11 kota, yaitu: Scotland, South west, South east, North West, North east, Yorkshire & the Humber, wales, Londong, East Midlands, West Midlands, East of England. Dengan menggunakan statistik deskriptif dan *multivariate*, diperoleh bahwa kebiasaan pengusaha memiliki perbedaan antara kelompok yang satu dengan yang lainnya, misalnya pengusaha pemula biasanya kinerjanya lebih rendah dari pengusaha yang berpengalaman, dapat dikatakan ada hubungan antara tingkat keuntungan dengan pengenalan praktek-praktek usaha yang dilakukan. Dukungan dari pembuat kebijakan dalam hal ini pemerintah untuk meningkatkan kemampuan usaha dan bantuan keuangan mendorong pengusaha muda untuk menjalankan praktek-praktek usaha yang terbaik. Pengalaman usaha dan perilaku kewirausahaan memiliki hubungan terhadap kinerja. Pengusaha yang berpengalaman mencari informasi yang berbeda, dan perilaku kewirausahaan akan menghasilkan peluang usaha yang lebih baik. Peneliti lainnya menemukan bahwa kinerja UKM ditentukan oleh kemampuan manajemen dan strategi bisnis, dimana kemampuan manajemen dan strategi bisnis akan ditentukan oleh orientasi kewirausahaan dari pemilik/manajer (Suci, 2009).

Hasil-hasil penelitian tentang faktor individu yang mempengaruhi an bisnis di UMKM dapat dibagi dalam 2 (dua) kelompok, yaitu k yang fokus pada *personality traits* dan kelomock yang berfokus pada hnsi dari individu-individu dalam proses kewirausahaan (Li, 2009). Faktor



Personality traits yang sering digunakan dalam menguji faktor yang menentukan keberhasilan usaha pada UMKM adalah karakteristik *entrepreneur*. Beberapa penelitian telah mengungkapkan bahwa kinerja *small business* ditentukan oleh karakteristik owner/manager (Kotey dan Meredith, 1997; Lee dan Tsang, 2001, Blackman, 2003; O'Regan *et al.*, 2005; Zoysa dan Herath, 2007; Nimalathasan, 2008). Kesimpulan dari beberapa temuan penelitian tersebut menjelaskan bahwa pemilik/manajer adalah faktor kunci peningkatan kinerja usaha.

Hasil penelitian Zoysa dan Herath (2007) menunjukkan adanya hubungan antara mental owner/manager dengan kinerja pada tahap pertumbuhan usaha yang berbeda, temuan tersebut didukung dengan temuan Nimalathasan (2008) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara karakteristik owner/manager dengan kinerja bisnis. Karakteristik *entrepreneur* di kelompokkan ke dalam 2 (dua) tipe, kelompok pertama yaitu *attribute* merupakan karakteristik yang ada pada diri *entrepreneur* seperti; usia, gender, agama, pengaruh keluarga (*family influence*), dan kelompok yang kedua yaitu *attained* meliputi kualifikasi pendidikan dan pengalaman bisnis yang dimiliki (Blackman, 2003). Karakteristik pemilik yang menentukan kesuksesan usaha adalah faktor psikologis dan pendidikan serta pengalaman berwirausaha (Sorensen dan Chang, 2005)

Lee dan Tsang (2001); Blackman (2003); Solichin (2005); O'Regan *et al.* (2005); Zoysa dan Herath (2007); dan Nimalathasan (2008) dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa karakteristik pemilik/manajer berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Hughes & Morgan (2007) memaparkan hasil temuannya bahwa orientasi kewirausahaan sebagai indikator karakteristik pemilik/manajer (*risk taking*, *innovativeness*, *proactiveness*, *aggressiveness* dan *autonomy*), *proactiveness* dan *innovativeness* berpengaruh positif sedangkan *risk taking* berpengaruh negative.



Competitive aggressiveness dan *autonomy* tidak nyata pengaruhnya terhadap kinerja usaha pada tahap pertumbuhan perusahaan.

Wiklund (1999) dengan judul "*The Sustainability of The Entrepreneurial Orientation Performance Relationship*", meneliti hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Data diambil dari perusahaan kecil di Swedia selama 3 tahun berturut-turut. Informasi mengenai orientasi kewirausahaan dikumpulkan pada tahun pertama dan informasi data kinerja pada 2 tahun berikutnya. Variabel penelitian ini menggunakan 8 item pertanyaan variabel orientasi kewirausahaan dan 7 item pertanyaan untuk variabel kinerja. Peneliti menyimpulkan bahwa: 1) terdapat hubungan yang positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis, dan 2) hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja lebih kuat untuk jangka waktu yang lama daripada jangka waktu pendek. Hasil penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya dan menghasilkan pernyataan dasar mengenai hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja.

Wiklund & Shepherd (2003) meneliti dengan judul "*Knowledge Based Resources, Entrepreneurial Orientation and The Performance of Small and Medium Sized Businesses.*" Tujuan penelitian ini adalah meneliti secara empiris pengaruh pembelajaran organisasional terhadap kinerja organisasi dengan memasukkan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Lumpkin *et al.* (2005) dalam penelitiannya berjudul "*Entrepreneurial Orientation and Business Performance : An Assesment of Past Research and Implications for The Future*", menyoroti pentingnya orientasi kewirausahaan dan pengaruhnya terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif atau eksploratori pada perusahaan manufaktur berskala menengah dan



besar di Scotlandia. Kajian penelitian ini mengajukan 3 dimensi orientasi kewirausahaan yaitu : sikap proaktif, sikap inovatif dan pengambilan resiko. Dalam penelitian ini dimensi kinerja diukur dengan pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ROI. Dari penelitian ini dapat diambil satu kesimpulan bahwa orientasi kewirausahaan mutlak diperlukan oleh pengusaha sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja bisnisnya.

2.2.3 Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha

Peranan pemerintah dalam mendukung keberadaan UKM berada pada posisi yang strategis. Pemerintah memberikan bantuan terhadap UKM melalui perbaikan dan pembangunan sarana prasarana, pendidikan dan pelatihan, serta bantuan keuangan guna mendukung pengembangan UKM. Chen (2006) melakukan penelitian untuk memberi gambaran tentang sejarah perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Cina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar memiliki peran yang fundamental dalam mengalokasikan sumberdaya guna operasionalisasi UKM guna mendorong optimalisasi peran UKM dalam struktur industri. Chen (2006) juga mengindikasikan bahwa pemerintah mempunyai peranan yang penting untuk melindungi UKM agar dapat berkembang dalam lingkungan persaingan.

Nordholt (1996) menganalisis tentang sejarah salah satu kerajaan yang bernama Mengwi di wilayah Bali Selatan. Studi longitudinal dilakukannya melalui pengamatan pada sejarah Kerajaan Mengwi mulai dari akhir abad ke tujuh belas sampai dengan pertengahan abad ke dua puluh, tahun terakhir pemerintahan kolonial Belanda. Salah satu tema yang dikaji adalah hubungan perdagangan

yang merupakan pendapatan utama pemerintahan pada saat itu, dan nya didalam menciptakan masyarakat entrepreneur pada saat itu.



Disimpulkan bahwa, peranan pemerintah saat itu, baik pada masa pemerintahan yang dilakukan oleh para raja, maupun setelah pemerintahan diambil alih oleh pemerintah kolonial Belanda, peranannya sangat kecil didalam mendorong tumbuh dan berkembangnya para pedagang atau pengusaha lokal, karena pemerintahan pada saat itu hanya memberikan kesempatan monopoli kepada kaum pengusaha yang terdiri dari golongan masyarakat Tionghoa. Komunitas-komunitas masyarakat Tionghoa ini, selanjutnya sebagai penghubung antara produsen, yaitu para petani perkebunan (kopi dan kelapa) dan para peternak (babi dan sapi), untuk memenuhi kebutuhan ekspor pada saat itu, yaitu Singapura dan Hongkong.

Hadiyati (2006) melakukan penelitian tentang pengaruh dari bantuan eksternal terhadap kinerja usaha industri kecil di Jawa Timur. Dengan menggunakan bantuan BUMN dan kredit perbankan sebagai variabel eksogen dan kewirausahaan serta kinerja sebagai variabel antara dan variabel endogen, hasil penelitian yang dilakukannya menunjukkan: a) bantuan BUMN memiliki pengaruh positif terhadap kewirausahaan. Bantuan BUMN benar-benar bermanfaat dalam rangka peningkatan kewirausahaan guna menunjang kinerja usaha; b) kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja. Melalui pendidikan kewirausahaan menunjukkan keberhasilan terhadap kinerja perusahaan; c) bantuan BUMN memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja. Hal ini berarti bahwa bantuan yang telah diberikan oleh BUMN kepada para pengusaha kecil tidak memberikan perubahan kinerja usaha yang lebih baik; d) bantuan kredit perbankan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja.



engaruh dari kebijakan pemerintah dan kewirausahaan
(*neurship*) terhadap produktivitas usaha yang berkelanjutan juga diteliti

oleh Simatupang (2008). Indikator kebijakan pemerintah yang diteliti terdiri dari: kepastian hukum, inovatif, optimalisasi sumberdaya, tidak pernah puas, keahlian manajemen dan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah yang dijalankan secara konsisten dan tepat, mendorong peningkatan produktivitas usaha. Kebijakan pemerintah ternyata belum mampu meningkatkan jiwa kewirausahaan mengingat bantuan pelatihan yang berkaitan dengan manajemen usaha tidak dilakukan disertai dengan karakteristik demografi para UKM kuliner dan dari segi pendidikan juga rendah. Kebijakan pemerintah untuk menumbuhkan jumlah UKM kuliner tidak disertai dengan mental keberlanjutan atas usaha.

Penelitian terdahulu yang menghubungkan antara peran pemerintah terhadap kinerja telah dilakukan oleh Chowdhury (2007), Chen (2006), Hadiyati (2006), Ucbasaran (2004), dan Nordholt (1996), dimana pemerintah memiliki peran yang penting bagi usaha kecil berkembang secara mandiri. Indikator peranan pemerintah dalam penelitian terdahulu berbeda-beda. Chowdhury (2007) melihat peran pemerintah dari indikator stabilitas politik dan penegakan aturan hukum, perbaikan sarana prasarana, korupsi, pendidikan dan pelatihan, dan bantuan keuangan.

Ucbasaran (2004) melihat peranan pemerintah dalam pemberian bantuan keuangan. Sedangkan Chen (2006) melihat peranan pemerintah dalam melindungi UKM dalam persaingan dengan perusahaan besar. Hadiyati (2006) melihat peran pemerintah dari pendidikan kewirausahaan dan bantuan perkreditan dan Nordholt (1996) mengkaji peranan pemerintah untuk memberikan kesempatan monopoli terhadap kelompok masyarakat Tionghoa.

