

kewirausahaan, komunikasi organisasi serta strategi bersaing terhadap kinerja usaha mempengaruhi meningkatnya penguasaan sumber daya strategis dapat meningkatkan kinerja usaha. Peningkatan pelaksanaan orientasi kewirausahaan belum tentu meningkatkan kinerja usaha. Peningkatan pelaksanaan komunikasi organisasi belum tentu meningkatkan kinerja usaha. Dan peningkatan penerapan strategi bersaing terbukti mampu meningkatkan kinerja usaha.

Persamaan yang ada dalam penelitian terdahulu oleh Musfialdy dengan variabel yang akan peneliti lakukan, yakni orientasi kewirausahaan, strategi bersaing dan kinerja usaha.

Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Musfialdy “Integrasi Sumber Daya Strategis, Orientasi Kewirausahaan sebagai Basis Strategi Bersaing serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha di Provinsi Riau”, adalah integrasi sumber daya manusia, sedangkan dalam penelitian adalah orientasi kewirausahaan, strategi bersaing dan kinerja usaha.

4. Heri Setiawan (2013) “Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar, budaya organisasi dan orientasi kewirausahaan berpengaruh secara bersama – sama terhadap kinerja usaha kecil menengah. Variabel orientasi pasar berpengaruh secara parsial terhadap kinerja usaha. Variabel budaya organisasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kinerja usaha kecil. Variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja usaha kecil. Temuan ini memiliki implikasi dan kebijakan praktis diaman tentang usaha kecil dapat memperkaya penelitian dibidang kewirausahaan khususnya kajian tentang orientasi usahayang dilakukan oleh usaha kecil.

Persamaan yang ada dengan penelitian yang dilakukan peneliti dalam Heri Setiawan “Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi

dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang” adalah adanya kesamaan variabel orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha.

Perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu, Heri Setiawan “Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang” adalah orientasi pasar dan budaya organisasi. Sedangkan peneliti akan meneliti orientasi kewirausahaan.

5. Maat Pono (2008) “Pengaruh Dinamika Lingkungan, Strategi Bersaing dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan pada Industri Manufaktur di Sulawesi Selatan”. Dari hasil penelitian para manajer industri manufaktur di Sulawesi selatan telah menggunakan pandangan baru dalam menyusun strategi bersaing dan strategi operasi telah mempertimbangkan dinamika lingkungan yang terdiri dari perubahan kebutuhan konsumen, perubahan teknologi perubahan kondisi ekonomi makro dan pemasok. Dinamika lingkungan mempunyai peranan terhadap strategi bersaing. Semakin dinamis selera konsumen, ekonomi makro dan pemasok semakin perusahaan menekankan perhatian pada strategi fokus.

Persamaan dalam penelitian terdahulu oleh Maat Pono “Pengaruh Dinamika Lingkungan, Strategi Bersaing dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan pada Industri Manufaktur di Sulawesi Selatan: adalah samanya variabel dengan milik peneliti yaitu strategi bersaing dan kinerja usaha.

Dalam penelitian Maat Pono “Pengaruh Dinamika Lingkungan, Strategi Bersaing dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Perusahaan pada Industri Manufaktur di Sulawesi Selatan”. Terdapat perbedaan dengan peneliti yaitu pengaruh dinamika lingkungan dan strategi operasi sedangkan yang akan diteliti oleh peneliti adalah strategi bersaing.

Berdasarkan penelitian – penelitian terdahulu yang telah tersebut diatas, peneliti belum menemukan penelitian yang secara signifikan meneliti tentang pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja usaha. Pada umumnya penelitian yang ada hanya membahas tentang strategi bersaing terhadap kinerja usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

F. Kerangka Berfikir

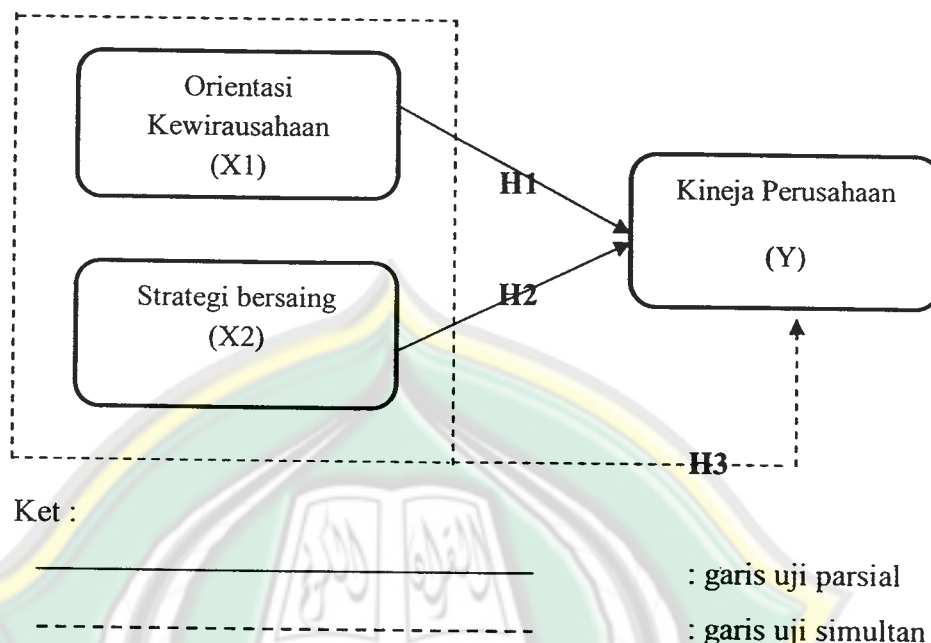
Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.⁴⁷

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti.

Model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, ALFABETA, Bandung, 2008. hlm. 89

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Oleh karena itu, perumusan hipotesis sangat berbeda dari perumusan pertanyaan penelitian. Perumusan hipotesis yang benar harus memenuhi ciri-ciri seperti, (1) hipotesis harus dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan deklaratif (*declarative statements*), bukan kalimat pertanyaan. (2) hipotesis berisi pertanyaan mengenai hubungan antara paling sedikit dua variabel. (3) hipotesis harus dapat diuji. Hipotesis yang dapat diuji akan secara spesifik menunjukkan bagaimana variabel-variabel penelitian ini diukur dan bagaimana prediksi hubungan antar variabel-variabel termaksud.⁴⁸

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah serta kerangka pemikiran maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁸Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta. 2001. Cet.1. hlm.. 49

1. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan inovasi, persepsi, dan kemampuan mengambil resiko. Orientasi kewirausahaan mempunyai kemampuan inovasi daripada yang tidak memiliki kemampuan dalam kewirausahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan," Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja Usaha (studi pada usaha kecil pngelohan di kota Palembang)" bahwa hasil penelitian tersebut menyebutkan Orientasi Kewirausahaan adanya pengaruh secara persial terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 1 :Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Orientasi Kewirausahaan (X1) terhadap Kinerja Perusahaan (Y) pada UMKM konveksi di Desa Padurenan

2. Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan

Strategi bersaing adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan pada satu industri. Penelitian yang dilakukan oleh Bernhard Tewal,"Pengaruh Strategi Bersaing dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan Perhotelan di Sulawesi Utara," menunjukkan bahwa strategi bersaing perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 2 : Diduga terdapat signifikan antara Strategi Bersaing (X2) terhadap Kinerja Perusahaan (Y) pada UMKM konveksi di Desa Padurenan.

3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan inovasi, persepsi, dan kemampuan mengambil resiko. Orientasi kewirausahaan

mempunyai kemampuan inovasi daripada yang tidak memiliki kemampuan dalam kewirausahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan, "Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja Usaha (studi pada usaha kecil pengolahan di kota Palembang)" bahwa hasil penelitian tersebut menyebutkan Orientasi Kewirausahaan adanya pengaruh secara persial terhadap kinerja usaha.

Strategi bersaing adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan pada satu industri. Penelitian yang dilakukan oleh Bernhard Tewal, "Pengaruh Strategi Bersaing dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan Perhotelan di Sulawesi Utara," menunjukkan bahwa strategi bersaing perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis 3 : diduga terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Staretdgi Besaing (X2) seraca bersama-sama (*silmutan*) terhadap Kinerja Perusahaan (Y) pada UMKM konveksi di Desa Padurenan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian dapat diklasifikasikan dari beberapa cara dan sudut pandang. Dilihat dari pendekatan analisisnya, penelitian dibagi atas dua macam, yaitu : penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif.

Adapun penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang mengambil data primer dari lapangan atau lokasi penelitian tertentu. Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja usaha pada UMKM Konveksi di Desa Padurenan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian dalam rangka pengujian hipotesis dan menyebarkan hasil kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variable yang diteliti. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.¹ Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada sampel atau populasi tertentu, teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif data-data yang di peroleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-

¹ Saifudin Azhar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta. 2004, Cet. V, hlm., 5

² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung. 2008. hlm.. 14

angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil oleh data yang diinginkan.

B. Sumber Data Penelitian

1. Data primer

Data sangat memegang penting dalam pelaksanaan penelitian. Pemecahan suatu permasalahan dalam penelitian sangat tergantung dari keakuratan data yang diperoleh. Demikian pula pembuktian suatu hipotesis sangat tergantung validitas data yang dikumpulkan. Data yang digunakan oleh peneliti menggunakan data primer sebagai berikut :

Sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui sumber media perantara). Data primer atau data-data yang pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pembelian data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang dicari.³ Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari pengisian kuesioner oleh pengusaha konveksi di Desa Padurenan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau laporan yang telah tersedia.⁴ Data sekunder dalam hal ini peneliti melakukan dengan mempelajari dokumen yang di balai Desa Padurenan.

³ Saifuddin Azwar. *Op. Cit.*, hlm.. 91

⁴ *Ibid*, hlm.. 91

C. Populasi dan Sampael

1. Populasi

Dalam penelitian sosial populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Suatu populasi, kelompok subjek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik bersama, yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain.

Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah pengusaha konveksi di Desa Padurenan. Ada sekitar 175 pengusaha di Desa Padurenan yang terdiri dari 40% atau sekitar 70 pengusaha yang bergerak dalam bidang usaha border dan 60% atau sekitar 105 pengusaha yang bergerak dalam bidang konveksi.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁵ Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Cara pengambilan sampel tipe ini disebut juga dengan *judgement sampling*, yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu.⁶ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pertimbangan pada: konveksi yang memproduksi secara terus menerus, artinya tidak terpengaruh dengan musim, memproduksi lebih 2000 potong setiap minggu dan mempunyai karyawan lebih dari 50 orang.

Setelah dilakukan *purposive sampling*, dari 105 pengusaha konveksi yang berada di Desa Padurenan tersaring 35 pengusaha yang memenuhi kriteria yang kemudian menjadi sampel. Data sebagaimana terlampir.

D. Data Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revisi III), Rineka Cipta, Jakarta, 1996. hlm.. 117

⁶ Sugiyono. *Op. Cit.* hlm.. 85

informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Adapun variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel independen yang sering disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen (X), yaitu terdiri dari X1 dan X2, dimana X1 adalah *Orientasi Kewirausahaan*, X2 adalah *Strategi Bersaing*.
2. Variabel dependen sering disebut dengan variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena ada variabel bebas.⁸ Dalam penelitian ini variabel dependennya (Y) adalah *Kinerja Usaha*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sehubungan dengan masalah penelitian, maka karakter populasi dan sampel penelitian ini menggunakan beberapa metode, diantaranya :

1. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu – individu yang diteliti.⁹

Observasi meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktivitas atau kondisi perilaku non-perilaku. Penelitian melakukan observasi langsung di UMKM Desa Padurenan.

2. Dokumentasi

Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data seperti ini : laporan keuangan, rekapitulasi

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung, 2013, hlm., 60

⁸ *Ibid.* hlm., 61

⁹ Anwar Sanusi. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm., 111

personalia, struktur organisasi, peraturan – peraturan, data produksi dan sebagainya, biasanya telah tersedia dilokasi penelitian.¹⁰

3. Angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggunakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹¹ Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pernyataan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim kembali untuk diisi oleh responden.¹²

Metode ini digunakan untuk memperoleh data responden pengusaha mengenai orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja usaha pada UMKM di Desa Padurenan.

Dalam metode angket/kuesioner disusun dengan skala Likert(*Likert Scale*), dimana masing – masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan dengan skor sebagai berikut ini :

Sangat Setuju (SS)	: Skor 5
Setuju (S)	: Skor 4
Netral (N)	: Skor 3
Tidak Setuju (TS)	: Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: skor 1

F. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.¹³ Dalam penelitian ini variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

¹⁰*Ibid*, hlm., 114

¹¹*Ibid*, hlm., 199

¹² Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, 2005, Edisi Kedua, hlm., 133

¹³ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm., 60

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Orientasi Kewirausahaan (X1)	Orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam <i>market place</i> yang sama.	a. <i>Need for achievement</i> (kebutuhan berprestasi)	1. Tidak puas bila yang diinginkan belum diperoleh 2. Terus berusaha meski orang lain mengatakan tidak mungkin 3. Terus bekerja sampai mencapai tujuan yang diinginkan	Likert
		b. <i>Internal locus of control</i> (keyakinan diri)	1. Apa yang dicapai adalah hasil kerja keras 2. Untung atau ruginya usaha ditentukan oleh diri sendiri 3. Mampu menguasai diri	
		c. <i>Self reliance</i> (kemandirian)	1. Orang lain banyak yang dapat bekerja sebaik saya 2. Suka mengambil keputusan sendiri	
		d. <i>Extroversion</i>	1. Suka berjumpa dengan orang baru 2. Berinisiatif untuk memulai pembicaraan 3. Menyukai banyak kesibukan	
Strategi Bersaing (X2)	Kemampuan suatu perusahaan untuk meraih suatu keuntungan ekonomis diatas	a. Strategi Prospektor	1. Perusahaan mencari inovasi 2. Menguji produk atau jasa yang baru	Likert
		b. Strategi Bertahan	1. Mempertahankan bisnis yang telah berkembang	

	laba yang mampu diraih oleh pesaing dipasar dalam industri yang sama. (Goyal, 2001)		2. Mencegah para pesaing memasuki lahan mereka	
		c. Strategi Penganalisis	1. Menganalisis keseluruhan produk, jasa dan pasar 2. Mengamati ide-ide bisnis baru sebelum memutuskan untuk masuk pasar	
		d. Strategi Reaktor	1. Hanya beraksi terhadap tekanan dari lingkungan yang memaksa perusahaan untuk berubah.	
Kinerja Usaha (Y)	Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang	a. Keuangan	1. Kemampuan memperoleh laba 2. Investasi perusahaan yang efektif	Likert
		b. Pelanggan	1. Perusahaan mampu menguasai pasar 2. Kepuasan pelanggan yang diutamakan 3. Kesetian dan dukungan pelanggan yang tinggi	
		c. Proses Bisnis Internal	1. Meningkatkan proses kerja yang	

	dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.		lebih baik 2. Pengembangan dan riset yang tangguh	
		d. Proses Belajar dan Berkembang	1. Menguasai sistem informasi yang dibutuhkan perusahaan 2. Ketersediaan informasi yang dibutuhkan perusahaan	

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Kalau dalam obyek penelitian terdapat warna merah, maka peneliti akan melaporkan warna merah; jika dalam obyek penelitian obyek seperti toko karyawan bekerja dengan keras, maka peneliti melaporkan bahwa karyawan bekerja dengan keras. Bila peneliti membuat laporan yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi pada obyek, maka data tersebut dapat dinyatakan valid.¹⁴

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas

¹⁴ Sugiyono. *Op. Cit.*, hlm., 455

menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,06 ($\alpha > 0,06$).¹⁵

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian model regresi, apakah variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Dengan melakukan uji asumsi klasik, maka peneliti dapat menetapkan apakah peneliti ini menggunakan statistik cara metris atau statistik non-parametris.¹⁶

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah :

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel – variabel *independen* banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel *dependen*.
- b. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai toleransi dan lawannya *variance inflation* (*vif*). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independen* manakah yang dijelaskan oleh setiap variabel *independen* lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel *independen* menjadi variabel *independen* lainnya.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2001, hlm., 41

¹⁶ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm., 180

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dengan nilai *tolerance* dan *varianceinflation factor* (VIF). Kedunaya menunjukan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai *Tolerance* > 0.10 atau dengan nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.¹⁷

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dengan residual pada model regresi.¹⁸ Jika varian dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*.

Untuk menguji ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka terjadi *heteroskedastisitas* dalam satu model regresi.¹⁹

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data

¹⁷ Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hlm., 105-106

¹⁸ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hlm., 83

¹⁹ Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hlm., 139

yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan dengan cara melihat *normal probability plot* dimana jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁰

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan akan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain.²¹

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan Uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi.

Tabel 3.2

Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l < d < d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4 - d_u < d < 4 - d_l$

²⁰ Masrukin, *Op. Cit.*, hlm., 187

²¹ Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hlm., 110

Tidak ada autokolerasi positif/negative	Terima	Du<d<4-du
---	--------	-----------

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Ganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisis data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

- Y : Kinerja Usaha
- a : Konstanta
- $b_1 b_2$: Koefisien regresi
- X_1 : Orientasi kewirausahaan
- X_2 : Strategi Bersaing
- e : Standar Error.²²

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan:

$$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0 \text{ ditolak dan } H_0 \text{ diterima (ada pengaruh)}$$

$$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0 \text{ diterima dan } H_0 \text{ ditolak (tidak ada pengaruh)}$$

²² Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistika I (Statistika Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm., 269

Kesimpulan yang dapat diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan :

- a. Tingkat signifikansi $\alpha > 5$ persen : menerima H_a menolak H_o
- b. Tingkat signifikansi $\alpha > 5$ persen : menolak H_o menerima H_a .²³

3. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Langkah – langkah melakukan uji F:

- a. Merumuskan hipotesis

H_o : tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

H_a : ada pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).
- b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)
- c. Kriteria pengujian

H_o diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_o ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ ²⁴

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel – variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing – masing

²³ Imam Ghazali, *Op.cit*, hlm., 69

²⁴ *Ibid*, hlm., 67

pengamatan. Sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.²⁵



²⁵*Ibid*, hlm.,70

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat UMKM Konveksi Padurenan

Upaya pemberdayaan sektor riil dan UMKM tidak terlepas dari peran semua pihak sesuai dengan peran masing-masing, demikian juga dengan Bank Indonesia dengan komitmennya mengembangkan atau menggerakkan sektor riil dan UMKM yang dilakukan dalam rangka untuk mendorong fungsi intermediasi perbankan dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan regional. Dalam rangka mengimplementasikan paket kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang termuat dalam Instruksi Presiden (InPres) Nomor 6 Tahun 2007, yang telah dijabarkan dengan Nota Kesepahaman No. 077/04440 dan No. 10/1/DPG/DKM/SKB tentang Kerjasama Pengembangan Ekonomi Jawa Tengah antara Bank Indonesia bersama pemerintah provinsi Jawa Tengah yang telah ditanda tangani pada tanggal 19 Maret 2008.

Nota kesepahaman tersebut bertujuan untuk mensinergikan pelaksanaan kebijakan perekonomian daerah melalui koordinasi untuk mengakselerasi langkah aktif sehingga memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Jawa Tengah serta mendukung pembangunan ekonomi nasional.¹

Kesepahaman tersebut sejalan dengan program gubernur provinsi Jawa Tengah saat itu “Bali nDeso mBangun Deso” dengan mengupayakan pembentukan kluster dinamis pada industri bordir dan konveksi di desa produktif Padurenan, Gebog Kudus. Program tersebut juga selaras dengan visi Bupati Kudus tahun 2008-2013, yaitu

¹ Dokumentasi Koperasi Padurenan Jaya, Kluster Bordir dan Konfeksi Padurenan Gebog Kudus, hlm., 1. dikutip tanggal 25 September 2016.

terwujudnya “Kudus yang sejahtera” yang telah diformulasikan dalam RPJMD Kabupaten Kudus tahun 2008-2013, dimana dua diantara empat pilar penunjangnya adalah:

- a. Pemberdayaan UMKM bagi peningkatan kesejahteraan rakyat.
- b. Perlindungan usaha dan kesempatan kerja yang luas dan menyeluruh.

2. Profil Kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus

Desa Padurenan merupakan salah satu desa di Kabupaten Kudus yang dipilih menjadi desa produktif kluster UMKM konveksi. Kemudian diproyeksikan menjadi desa wisata terpadu dengan desa wisata religi. Ini didasari pemikiran, bordir merupakan salah satu komoditas unggulan kabupaten Kudus yang produsennya berlokasi relatif dekat dengan wisata religi. Ini juga untuk mengatasi problem klasik sistem pemasaran pengrajin konveksi sangat tergantung pada bakul dan pengepul di pasar tradisional sehingga merugikan pengrajin.

Desa Padurenan memiliki 175 UMKM yang terdiri dari 40% usaha bordir dan 60% usaha konveksi dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 1000 jiwa. Dengan pengalaman usaha diatas lima tahun dan memiliki daerah pemasaran di Jawa Tengah, Jawa Timur dan DIY.²

3. Misi Kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus

- a. Pemberdayaan masyarakat di desa produktif Padurenan sebagai manusia yang religi, kreatif dan memiliki etika bisnis serta modal sosial yang tinggi.
- b. Mendorong keterlibatan aktif dari aparatur pemerintah dalam pembangunan fisik/infrastruktur serta *stackholder* terkait dalam peningkatan daya saing industri bordir dan konveksi sehingga mendukung terwujudnya *diamond cluster* bordir dan konveksi di desa Padurenan.

² Dokumentasi Koperasi Padurenan Jaya, Kluster Bordir dan Konveksi Padurenan Gebog Kudus, hlm., 2. dikutip tanggal 25 September 2016.

- c. Mendorong bertumbuhnya berbagai industri pendukung serta jaringan usaha yang bersinergi untuk meningkatkan daya saing diamond cluster bordir dan konveksi di desa produktif Padurenan.

Keberhasilan program ini nantinya akan tercermin di perkembangan desa ini ke depan yang di harapkan mampu menjadi desa produktif sekaligus mampu meningkatkan daya saing produk unggulannya yaitu bordir dan konveksi. Selanjutnya sinergi yang telah diupayakan bersama ini di harapkan juga akan dapat menarik minat investor maupun lembaga keuangan baik perbankan maupun non-bank untuk turut berkiprah sesuai dengan porsi masing-masing.³

4. Implementasi Program Kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus

- a. Lokakarya partisipasi penyusunan strategi *upgrading* dan *action plan* dalam pengembangan kluster bordir dan konveksi Padurenan, lokakarya ini bertujuan untuk memperkenalkan GT2RED yang akan bekerja sama dengan *stakeholders* dalam rangka pengembangan meningkatkan partisipasi aktif dari UMKM bordir dan konveksi serta Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) untuk memberikan saran dalam pengembangan kluster. memperoleh masukan dalam rangka menyusun *action plan* pengembangan kluster bordir dan konveksi di Padurenan.
- b. Melakukan *launching* “Program Pengembangan Desa Produktif Kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus melalui pendekatan *Diamond Cluster*” yang di tandai dengan penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) antara Kantor Bank Indonesia Semarang, Pemerintah Kabupaten Kudus, Balai Besar Peningkatan Produktivitas Tenaga Kerja, Kementerian Tenaga Kerja RI, Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi dan Kependudukan Provinsi Jawa Tengah, Bank Jateng dan GT2RED untuk

³ Dokumentasi Koperasi Padurenan Jaya, Kluster Bordir dan Konveksi Padurenan Gebog Kudus, hlm., 2-3. dikutip tanggal 25 September 2016.

mewujudkan desa Padurenan sebagai tempat kluster wisata yang memiliki produktivitas serta daya saing industri yang tinggi sehingga menjadi penggerak bagi pertumbuhan ekonomi desa di sekitarnya.⁴

B. Deskripsi Responden

Deskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket tertutup.

Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara peneliti langsung mendatangi pelaku usaha di kluster UMKM konveksi Padurenan Gebog Kudus dan menyerahkan kuesioner yang ada untuk diisi responden, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini, dengan mengambil sampel sebanyak 35 responden sebagai syarat pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 5 jenis, yaitu :

1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden di kluster UMKM konveksi Padurenan Gebog Kudus dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

⁴ Dokumentasi Koperasi Padurenan Jaya, Kluster Bordir dan Konfeksi Padurenan Gebog Kudus, hlm., 3-4. dikutip tanggal 25 September 2016.

Table 4.1
Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase %
Laki – laki	25	72 %
Perempuan	10	28 %
Jumlah	35	100 %

Sumber: data priemer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden di kluster UMKM konveksi Padurenan Gebog Kudus mayoritas respondennya adalah laki-laki yaitu 25 orang dengan prosentase 72% dan sisanya perempuan sebanyak 10 orang dengan prosentase 28%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden di kluster bordir dan konveksi Padurenan Gebog Kudus yang diambil dalam penelitian ini adalah laki-laki.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden di kluster UMKM konveksi Padurenan Gebog Kudus dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu dari umur 30 th s d 39 th, 40 th s/d 49 th, 50 th s/d 59 th, dan > 60 th. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Table 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Prosentase %
30 th s/d 39 th	4	11 %
40 th s/d 49 th	20	57 %
50 th s/d 59 th	11	32 %
> 60 th	0	0 %
Jumlah	35	100 %

Sumber: data priemer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 diatas diketahui bahwa usia dari responden di kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah dari usia 30 th s/d 39 th sebanyak 4 orang atau 11 %, usia 40 th s/d 49 th sebanyak 20 orang atau 57 %, usia 50 th s/d 59 th sebanyak 11 orang atau 32% dan yang usianya diatas 60 th adalah 0 orang atau 0%. Hal ini yang menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden di kluster UMKM konveksi Padurenan Gebog Kudus adalah antara 40 tahun s/d 49 tahun.

3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden di kluster bordir dan konveksi Padurenan Gebog Kudus peneliti membaginya dalam empat kategori, yaitu SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA/SMK, dan Diploma/Sarjana. Adapun data mengenai tingkat pendidikan responden yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Prosentase %
SD/MI	3	9 %
SMP/MTs	7	20 %
SMA/MA/SMK	21	60 %
Diploma/S1/S2	4	11 %
Jumlah	35	100%

Sumber: data priemer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa pendidikan responden di UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus yang menjadi responden adalah pendidikan SD sebanyak 3 orang atau 9 %, pendidikan SMP/MTs sebanyak 7 orang atau 20 %, pendidikan SMA/MA/SMK sebanyak 21 orang atau 60 %, dan Diploma/Sarjana

sebanyak 4 orang atau 11 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan responden di kluster UMKM konveksi Padurenan Gebog Kudus adalah berpendidikan SMA/MA/SMK.

4. Tahun Pendirian Usaha

Adapun data mengenai tahun pendirian usaha responden di kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus peneliti membaginya dalam empat kategori, yaitu rentan tahun 1980 s/d 1989, tahun 1990 s/d 1999, tahun 2000 s/d 2009 dan diatas tahun 2010. Adapun data mengenai tahun pendirian usaha responden yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Table 4.4
Tahun Pendirian Usaha

Tahun Pendirian Usaha	Jumlah	Prosentase %
Tahun 1980 – 1989	4	11 %
Tahun 1990 – 1999	16	46 %
Tahun 2000 – 2009	13	37 %
Diatas tahun 2010	2	6 %
Jumlah	35	100 %

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa tahun pendirian usaha responden di kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus yang menjadi responden adalah di rentan tahun 1980 s/d 1989 sebanyak 4 orang atau 11 %, tahun 1990 s/d 1999 sebanyak 16 orang atau 46%, tahun 2000 s/d 2009 sebanyak 13 orang atau 37 %, dan diatas tahun 2010 sebanyak 2 orang atau 6 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tahun pendirian usaha responden di UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus adalah berkisar di rentan tahun 1990 s/d 1999.

5. Alamat Usaha

Adapun data mengenai alamat usaha responden di UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus peneliti membaginya dalam tiga kategori, yaitu di Dukuh Krajan, Dukuh Salak dan Dukuh Jerabang. Adapun data mengenai alamat usaha responden yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Table 4.5
Alamat usaha

Alamat Usaha	Jumlah	Prosentase
Dukuh Krajan	27	77 %
Dukuh Salak	3	9 %
Dukuh Jerabang	5	14 %
Jumlah	35	100%

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa alamat usaha responden di kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus yang menjadi responden adalah terletak di Dukuh Krajan sebanyak 27 orang atau 77 %, di Dukuh Salak sebanyak 3 orang atau 9 %, dan di Dukuh Jerabang sebanyak 5 orang atau 14 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar alamat usaha responden di kluster UMKM Konveksi Padurenan Gebog Kudus adalah terletak di Dukuh Krajan.

C. Deskripsi Data Penelitian

Hasil masing-masing jawaban dari responden tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Konveksi Desa Padurenan yang disebarkan kepada pemilik usaha konveksi di Padurenan adalah sebagai berikut:

a. Orientasi Kewirausahaan (X1)

Bedasarkan hasil data yang diolah diatas (tabel 4.6): item (1) responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 23, Setuju 2, Ragu-ragu 8, Tidak setuju 2 dan sangat tidak setuju 0. Menurut responden, selalu berusaha dan tidak mudah putus asa. Item (2) responden yang menjawab sangat setuju 20, setuju 5, ragu – ragu 6, tidak setuju 4, sanagt tidak setuju 0. Menurut responden tetap selalu berusaha merski orang lain selalu mengatakan tidak mungkin. Item (3) responden yang menjawab sangat setuju 17, setuju 10, ragu – ragu 4, tidak setuju 4, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden terus bekerja sampai yang diinginkan tercapai. Item (4) responden yang menjawab sangat setuju 24, setuju 4, ragu-ragu- 5, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 0. Menurut responden, apa yang dicapai adalah hasil kerja keras. Item (5) responden yang menjawab sangat setuju 15, setuju 4, ragu-ragu 12, tidak setuju 4, sangat tidak setuju 0. Menurut responden, untung atau rugi usaha yang dijalankan bergantung pada diri sendiri. Item (6) responden yang menjawab sangat setuju 11, setuju 5, ragu-ragu 5, tidak setuju 14, sanagt tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden tidak setuju jika mereka tidak mampu menguasai diri. Item (7) responden yang menjawab sangat setuju 6, setuju 2, ragu-ragu 8, tidak setuju 17, sanagt tidak setuju 2. Menyatakan bahwa responden tidak setuju jika banyak orang lain yang dapat bekerja sebaik dirinya. Item (8) responden yang menjawab sangat setuju 0, setuju 2, ragu-ragu 14, tidak setuju 17, sangat tidak setuju 2. Menyatakan bahwa responden tidak setuju mengambil keputusan sendiri. Item (9) responden yang menjawab sangat setuju 23, setuju 2, ragu-ragu 8, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden sangat suka berjumpa dengan orang baru untuk menambah pengalaman wirausaha. Item (10) responden yang menjawab sangat setuju 20, setuju 5, ragu-ragu 6, tidak setuju 4, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden selalu mempunyai inisiatif memulai pembicaraan. Item (11) responden yang menjawab sangat setuju

17, setuju 10, ragu-ragu 4, tidak setuju 4, sangat tidak setuju 0. Menurut responden mereka menyukai banyak kesibukan.

b. Strategi Bersaing (X2)

Berdasarkan hasil data yang diolah di atas (tabel 4.6): item (1) responden yang menjawab sangat setuju 17, setuju 9, ragu-ragu 6, tidak setuju 3, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden setuju untuk selalu mencari inovasi baru, sebagai pengembangan usaha. Item (2) responden yang menjawab sangat setuju 15, setuju 11, ragu-ragu 8, tidak setuju 1, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden sangat setuju menguji produk atau ide-ide baru usaha mereka sebelum di jalankan. Item (3) responden yang menjawab sangat setuju 10, setuju 7, ragu-ragu 4, tidak setuju 9, sangat tidak setuju 5. Menyatakan bahwa responden sangat setuju untuk mempertahankan bisnis yang sudah berjalan selama ini. Item (4) responden yang menjawab sangat setuju 10, setuju 9, ragu-ragu 13, tidak setuju 3, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden ragu-ragu untuk mencegah para pesaing untuk memasuki lahan/pangsa pasar mereka. Item (5) responden yang menjawab sangat setuju 10, setuju 6, ragu-ragu 6, tidak setuju 9, sangat tidak setuju 4. Menyatakan bahwa responden sangat setuju untuk menganalisis keseluruhan produk/jasa dan pasar. Menurutnya ini berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis yang akan di kembangkan. Item (6) responden yang menjawab sangat setuju 8, setuju 16, ragu-ragu 9, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden setuju untuk mengamati ide-ide bisnis baru sebelum memutuskan untuk masuk pasar. Item (7) responden yang menjawab sangat setuju 13, setuju 9, ragu-ragu 6, tidak setuju 6, sangat tidak setuju 1. Menyatakan bahwa responden sangat setuju melakukan reaksi terhadap tekanan dari lingkungan yang memaksa perusahaan untuk berubah.

c. Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil data yang diolah di atas (tabel 4.6): item (1) responden yang menjawab sangat setuju 9, setuju 12, ragu-ragu 6, tidak setuju 8, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden setuju

terhadap kemampuan perusahaan/usahanya dalam memperoleh laba. Item (2) responden yang menjawab sangat setuju 13, setuju 8, ragu-ragu 13, tidak setuju 1, sangat tidak setuju 0. Dalam item ini, responden yang menjawab sangat setuju dan ragu-ragu sama 13, menyatakan bahwa responden sebagian sangat setuju investasi mereka efektif dan sebagian lain masih ragu-ragu dengan investasi mereka. Item (3) responden yang menjawab sangat setuju 10, setuju 16, ragu-ragu 9, tidak setuju 0, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden setuju dalam penguasaan pasar mereka. Item (4) responden yang menjawab sangat setuju 9, setuju 10, ragu-ragu 2, tidak setuju 14, sangat tidak setuju . Menyatakan bahwa responden tidak setuju jika hanya mengutamakan jumlah produksi dan mengesampingkan pelanggan, bagi mereka pelanggan lebih penting. Item (5) responden yang menjawab sangat setuju 10, setuju 8, ragu-ragu 15, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden masih ragu-ragu dalam mendapatkan kesetiaan dan dukungan dari pelanggan. Menurut responden pelanggan bisa pergi kapan saja. Item (6) responden yang menjawab sangat setuju 18, setuju 3, ragu-ragu 14, tidak setuju 0, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden sangat setuju untuk selalu meningkatkan kinerja usaha yang lebih baik. Item (7) responden yang menjawab sangat setuju 6, setuju 15, ragu-ragu 14, tidak setuju 0, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden menyetujui akan pengembangan dan riset yang tangguh. Item (8) responden yang menjawab sangat setuju 15, setuju 3, ragu-ragu 16, tidak setuju 1, sangat tidak setuju 0. Menyatakan bahwa responden masih ragu-ragu dalam penguasaan system informasi yang dibutuhkan. Kebanyakan perusahaan berdiri dalam periode 1990-1999 yang masih jarang mengenal system informasi. Item (9) responden yang menjawab sangat setuju 7, setuju 11, ragu-ragu 5, tidak setuju, 12, sangat tidak setuju, 0. Menurut responden ketersediaan informasi yang dibutuhkan perusahaan masih kurang.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0.05.⁵

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian validitas dan reabilitas berdasarkan uji responden sebanyak 35 orang. Dengan menggunakan bantuan alat olah statistik SPSS 16. diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected item-total Correlation (r_{hitung})	r tabel	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X.1)	OK1	0.684	0.3388	Valid
	OK2	0.736		Valid
	OK3	0.739		Valid
	OK4	0.594		Valid
	OK5	0.728		Valid
	OK6	0.551		Valid
	OK7	0.560		Valid
	OK8	0.619		Valid
	OK9	0.684		Valid
	OK	0.736		Valid
	OK11	0.739		Valid
Strategi Bersaing (X.2)	SB1	0.733	0.3388	Valid
	SB2	0.620		Valid
	SB3	0.699		Valid
	SB4	0.556		Valid
	SB5	0.667		Valid

⁵Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010. hlm. 90.

Kinerja Usaha (Y)	SB6	0.606	0.3388	Valid
	SB7	0.497		Valid
	KU1	0.880		Valid
	KU2	0.757		Valid
	KU3	0.738		Valid
	KU4	0.882		Vaid
	KU5	0.714		Valid
	KU6	0.866		Valid
	KU7	0.756		Valid
	KU8	0.762		Valid
	KU9	0.869		Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari hasil uji validitas responden pada tabel 4.7 diatas, dapat disimpulkan bahwa pada variabel X.1 Orientasi Kewirausahaan dengan jumlah item 11 setelah diuji menggunakan SPSS.16 diperoleh hasil yang dinyatakan valid dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu diatas 0.3388.

Pada variabel X.2 dengan jumlah item 7 setelah diuji menggunakan SPSS.16 diperoleh hasil yang dinyatakan valid dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu diatas 0.3388.

Pada variabel Y dengan jumlah item 9 setelah diuji menggunakan SPSS.16 diperoleh hasil yang dinyatakan valid dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu diatas 0.3388.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.60.⁶

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip. Semarang. 2011, hlm., 47.

Untuk menguji reabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis statistik SPSS 16. berikut ini hasil pengujian reabilitas:

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reability Coefficients	Alpha	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	11 item	0.872	Reliabel
Strategi Bersaing (X2)	7 item	0.727	Reliabel
Kinerja Usaha(Y)	9 item	0.933	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari data tabel 4.8 diatas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0.60 ($\alpha > 0.60$), yang artinya bahwa semua variabel X_1 , X_2 dan Y dapat dikatakan reliable.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁷ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Keduanya menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai *Tolerance* $> 0,10$ atau dengan nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolonieritas.⁸

⁷ *Ibid*, hlm.,105.

⁸ *Ibid*, hlm., 105-106

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Orientasi Kewirausahaan	.506	1.977
	Strategi Bersaing	.506	1.977

a. Dependent
Variable: Kinerja
Usaha

Sumber: data primer yang diolah, 2017

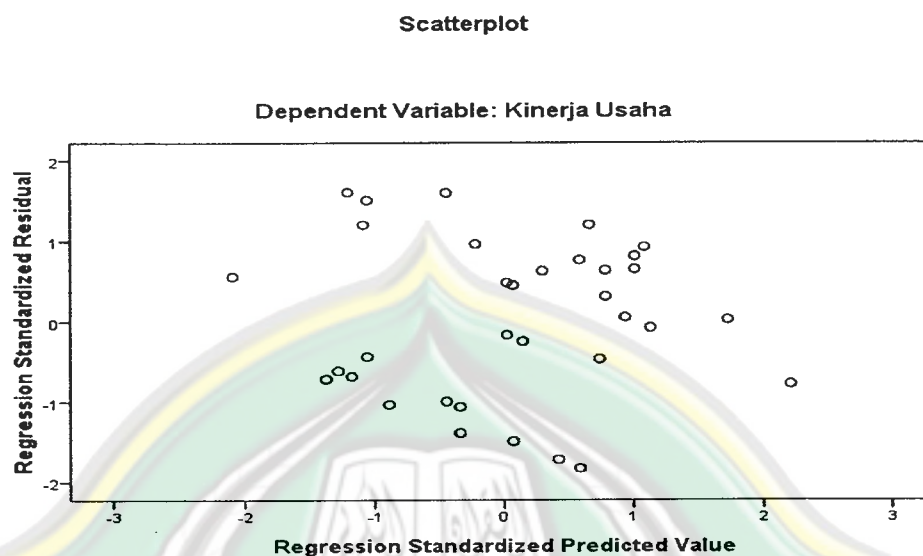
Menurut hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel faktor Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing masing – masing sebesar: 0.506; 0.506; dan VIF masing – masing sebesar: 1.977; 1.977;. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki VIF lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam suatu model regresi.⁹

⁹ *Ibid*, hlm., 139

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan grafik 4.1 grafik *scatterplot* diatas menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas* pada model regresi

3. Uji Normalitas

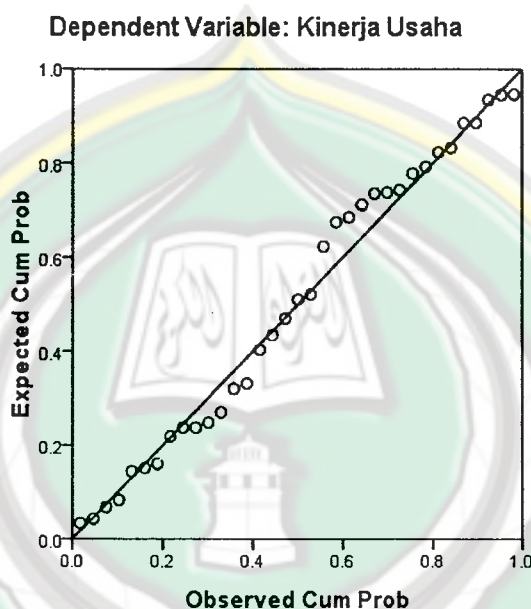
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model data regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah ingin mengetahui apakah distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti arah atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell Shaped*). Untuk melakukan uji normalitas dapat juga dengan melihat *normal probability plot*, dimana

jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.¹⁰

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas *Probability Plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

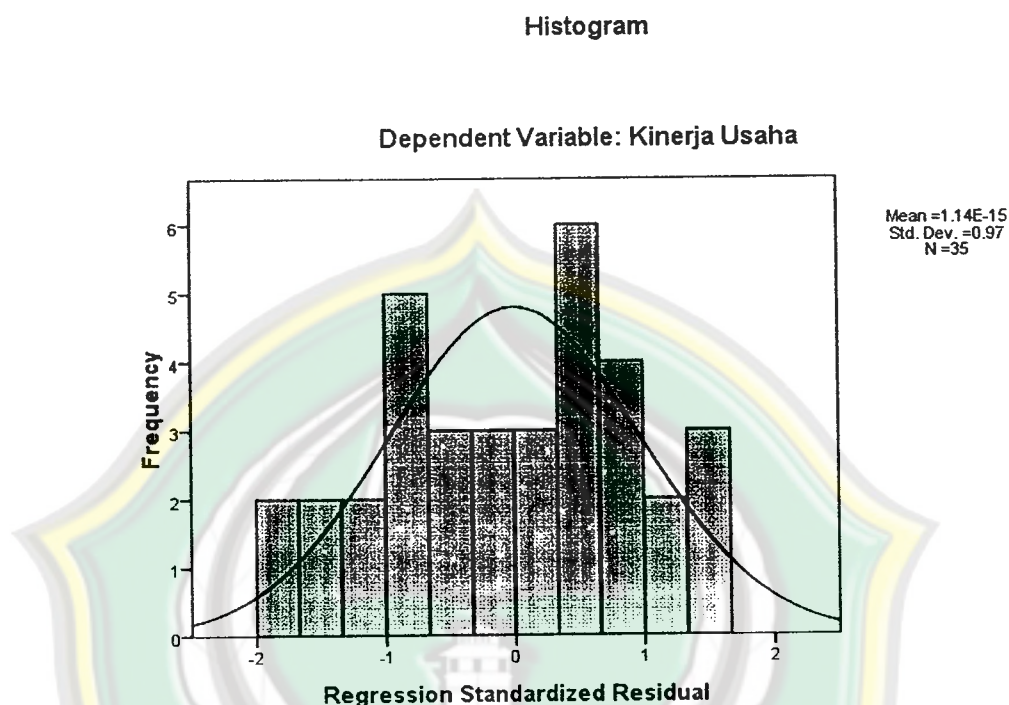


Sumber: data primer yang diolah, 2017

Grafik normal P-Plot menyatakan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

¹⁰ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm., 61

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



Sumber: data primer yang diolah, 2017

Pada grafik histogram menyatakan bahwa residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data tersebut normal.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain.¹¹

¹¹ Imam Ghozali, *Op.Cit.*, hlm., 110

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Koefisien	Nilai
Durbin-Watson	1.884
dL	1.3093
dU	1.5736

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari hasil tabel 4.10 diatas, menunjukkan hasil pengujian autokolerasi dengan menggabungkan uji Durbin-Watson diperoleh angka d-hitung DW sebesar 1.668 untuk menguji gejala autokolerasi maka angka d-hitung DW sebesar 1.668 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam t tabel d-statistik. Durbin Watson dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$. Dari tabel d-statistik Durbin Watson diperoleh nilai dL sebesar 1.3093 dan nilai dU sebesar 1.5736. Karena hasil pengujiannya adalah $du < d < 4-du$ ($1.5736 < 1.884 < 4-1.5736$) maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak terdapat autokorelasi positif maupun negative.

F. Teknik Analisi Data

1. Hasil Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji sejauhmana pengaruh antara variabel independen yaitu factor Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Konveksi di Desa Padurenan.

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Ganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	15.592	12.341		1.263	.216
Orientasi Kewirausahaan	-.791	.337	-.485	-2.348	.025
Strategi Bersaing	2.071	.551	.777	3.762	.001

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = -0.791$, $X_2 = 2.071$, dan konstanta sebesar 15.592 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 15.592 + -0.791x_1 + 2.071x_2 + e$$

Dimana:

Y : Kinerja Usaha

a : konstanta

b_1 : koefisien regresi

X_1 : Orientasi Kewirausahaan

X_2 : Strategi Bersaing

e : Standar Error

- 1) Nilai sebesar 15.592 merupakan konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari kedua variabel independent faktor lain, maka variabel kinerja usaha (Y) mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu 15.592.
- 2) Koefisien regresi Orientasi Kewirausahaan -0.791 menyatakan bahwa setiap orang yang mempunyai oreintasi kewirausahaan sebesar 100% akan mengurangi kinerja usaha sebesar -79.1% jika variabel independen lain dianggap konstan.
- 3) Koefisien regresi Strategi Bersaing 2.071 menyatakan bahwa setiap pengusaha yang menerapkan strategi bersaing sebesar

100% akan meningkatkan kinerja usaha sebesar 207.1% jika variabel independen lain dianggap konstan.

2. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial (individual) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Tabel distribusi t dicari derajat pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$. (n) adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (35-2-1)$ dengan signifikan 5% adalah 2,032. Secara lebih rinci dijelaskan dalam tabel berikut: apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.11

Hasil Uji (t)

Variabel	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig.	Keterangan
Orientasi kewirausahaan	-2.348	2.0369	0.025	Tidak berpengaruh dan signifikan
Strategi bersaing	3.762	2.0369	0.001	Berpengaruh dan signifikan

Sumber: data primer diolah, 2017

a. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil uji t yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $df = (n-k-1) = 35-2-1=32$. Diperoleh $t_{tabel} = 2.0369$. Hasil pengujian statistik orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan menunjukkan nilai t_{hitung} -2.348 dengan tingkat signifikansi 0.025. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-2.348 < 2.0369) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_0 dan menolak H_a . Artinya, orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja

usaha. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis H1: Terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan “ditolak”.

b. Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil uji t yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $df = (n-k-1) = 35-2-1=32$. Diperoleh $t_{tabel} = 2.0369$. Hasil pengujian statistik strategi bersaing terhadap kinerja perusahaan menunjukkan nilai $t_{hitung} 3.762$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.762 > 2.0369$) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Artinya, strategi bersaing berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis H2: Terdapat pengaruh antara strategi bersaing terhadap kinerja usaha “diterima”.

3. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji f)

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Kinerja usaha). Tabel distribusi t dicari derajat pada derajat kebebasan $df (n-k-1)$. (n) adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga F_{tabel} diperoleh $df (35-2-1) = 32$ dengan signifikan 5% adalah . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji (f)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	545.734	2	272.867	7.163	.003 ^a
	Residual	1219.008	32	38.094		
	Total	1764.743	34			

a. Predictors: (Constant), Strategi Bersaing, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari uji F pada tabel 4.13 diperoleh nilai F_{tabel} untuk $df (35-2-1) = 32$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 3,29. Dengan demikian nilai $F_{\text{hitung}} (7.163) > F_{\text{tabel}} (3,29)$ dengan nilai signifikansi 0.003. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen (orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kinerja usaha) di UMKM Konveksi Desa Padurenan. Dengan demikian berarti Hipotesis 3: Terdapat Pengaruh Secara Bersama-sama Antara Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing Terhadap Kinerja Usaha “diterima”

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. R^2 yang digunakan adalah nilai *Adjusted R Square* yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted R Square* merupakan indikator untuk

mengetahui pengaruh penambahan waktu sesuai variabel independen ke dalam persamaan:

Tabel 4.13
Hasil Uji (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.556 ^a	.309	.266	6.172	1.884

a. Predictors: (Constant), Strategi Bersaing, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang *dinotasikan* dalam angka R Square adalah sebesar 0.309 ini artinya bahwa sumbangan pengaruh variabel orientasi kewirausahaan (X_1), strategi bersaing (X_2) terhadap kinerja usaha (Y) dipengaruhi sebesar 30.9%. Jadi besarnya pengaruh antara orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja usaha sebanyak 30.9%, sedangkan sisanya ($100\% - 30.9\% = 69.1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Konveksi di Desa Padurenan

Hasil pengujian statistik orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan menunjukkan nilai t_{hitung} -2.348 dengan tingkat signifikansi 0.025. Nilai -signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-2.348 < 2.0369$) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima

Ho dan menolak Ha. Artinya, orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis H1: Terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan “ditolak”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Musfialdy yang berjudul Integrasi Sumber Daya Strategis, Orientasi Kewirausahaan sebagai Basis Strategi Bersaing serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha di Provinsi Riau. Yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Temuan ini memberikan petunjuk bahwa pelaksanaan orientasi kewirausahaan pada UMKM belum tentu meningkatkan kinerja usaha. Oleh karena itu penting halnya bagi UMKM melaksanakan orientasi kewirausahaan melalui upaya inovasi proaktif dan berani mengambil resiko mengarahkan perusahaan untuk memilih dan menerapkan kinerja usaha yang baik.

2. Pengaruh Strategi Bersaing terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Konveksi di Desa Padurenan

Hasil pengujian statistik strategi bersaing terhadap kinerja perusahaan menunjukkan nilai t_{hitung} 3.762 dengan tingkat signifikansi 0.001. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($3.762 > 2.0369$) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak Ho dan menerima Ha. Artinya, kinerja usaha berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian berarti bahwa hipotesis H2: Terdapat pengaruh antara strategi bersaing terhadap kinerja usaha “diterima”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Musfialdy yang berjudul Integrasi Sumber Daya Strategis, Orientasi Kewirausahaan sebagai Basis Strategi Bersaing serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha di Provinsi Riau. Yang menyatakan bahwa penerapan strategi-startegi untuk mengakselerasi keunggulan bersaing

UKM terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja usaha. Pembuktian tersebut ditunjukkan dari hasil uji hipotesis bahwa strategi bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil yang di peroleh menandakan peningkatan penerapan strategi bersaing mampu meningkatkan kinerja usaha.

3. Pengaruh Oreintasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Konveksi di Desa Padurenan

Dari hasil pengujian orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja usaha dengan uji F (parsial), diperoleh nilai F_{tabel} untuk $df (35-2-1) = 32$ dengan taraf signifikasi 5% adalah 3,29. Dengan demikian nilai $F_{hitung} (7.163) > F_{tabel} (3,29)$ dengan nilai signifikasi 0,003. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen (orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kinerja usaha) di UMKM Konveksi Desa Padurenan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah yang berjudul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Budaya Organisasi dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan. Orientasi kewirausahaan, strategi bisnis secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja perusahaan sebesar 79,94%, sementara sisanya sebesar 20,04% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar ketiga variabel independen yang diteliti. Pengaruh paling besar adalah strategi bisnis dan paling kecil adalah budaya organisasi disbanding variable lainnya. Hal ini mengandung makna jika secara bersama-sama orientasi kewirausahaan dilaksanakan secara efektif, budaya organisasi yang ada dibentuk dengan sangat kuat dan strategi bisnis benar-benar diperhatikan dan dijalankan, maka secara bersama-sama akan meningkatkan kinerja perusahaan.

H. Implikasi Penelitian

1. Implikasi teoritis

Implikasi teoritis dari penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan strategi bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja perusahaan maka suatu organisasi atau suatu perusahaan harus memperhatikan bagaimana menjadi pengusaha yang baik dengan selalu mengedepankan kualitas produk untuk menciptakan loyalitas pelanggan serta memahami tentang pesaing-pesaing kita sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Implikasi praktis

Implikasi praktik dari penelitian ini yaitu penelitian ini mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha sedangkan strategi bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Dapat disimpulkan bahwasannya kinerja usaha akan meningkat jika seorang pengusaha sangat memperhatikan akan orientasi pasarnya, dimana tentang pelanggan dan pesaingnya.