

ANALISIS KARAKTERISTIK, ADAPTASI BISNIS DAN KOMPETENSI MANAJEMEN TERHADAP PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PELAKU UMKM DI KAMPUNG BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN JAKARTA SELATAN

¹⁾Ahmad Nurdin Hasibuan, ²⁾Tagor Rambey, ³⁾Reny Andriyanty

Email: ¹⁾nurdin_hsb@yahoo.com

^{1) 2) 3)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

^{1) 2) 3)}Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of entrepreneurial characteristics, business adaptation, and management competence on the business performance of Setu Babakan SMEs in South Jakarta. The data gathered from food and beverage small business holder. The analysis have analyzed by structural equation model. The research resulted that all exogenous latent variables are significantly influence the endogenous latent variable.

Keywords: SME's. Entrepreneurial Characteristics, Business adaptation, Management Competence, Business Performance.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di Jakarta tidak lepas dari peranan usaha menengah, kecil dan mikro (UMKM). hal ini juga menjadi perhatian yang besar semua kalangan pemerintah dilihat dari besarnya kontribusi yang disumbangkan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan tulang punggung di negara-negara berkembang dalam hal perekonomian negara. Sejak krisis moneter tahun 1998, sektor ini terbukti telah berkontribusi menggerakkan dari roda perekonomian serta mampu mengurangi jumlah pengangguran.

Problema pengangguran serta kemiskinan merupakan masalah besar harus dihadapi bangsa Indonesia. Berdasarkan data Sakernas bulan Agustus 2020, angka pengangguran terbuka mencapai angka 7,07 persen. Angka ini meningkat 1,84 poin dibandingkan bulan Agustus 2019. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap 100 angkatan kerja terdapat tujuh orang yang menganggur (BPS Indonesia, 2020). Fenomena-fenomena di atas menunjukkan perlunya penyediaan lapangan pekerjaan atau

perluasan kerja. Perlu ada upaya pengembangan penciptaan kesempatan kerja berupa kerja mandiri, adanya usaha keluarga, maupun usaha kecil-kecilan. Sebagai salah satu kota besar di Indonesia dengan tingkat urbanisasi yang tinggi, DKI Jakarta masih membutuhkan banyak pelaku usaha. Namun usaha menengah, kecil dan mikro dalam kenyataan di lapangan mendapat berbagai hambatan dalam pengembangan bisnisnya. Hambatan ini membuat terjadinya kemunduran, kehilangan kualitas dan kuantitas atau bahkan kebangkrutan.

Fenomena di atas terlihat pada kondisi pelaku UMKM di kampung Betawi Setu Babakan. Berdasarkan data pemprov DKI Jakarta, potensi wisatawan pengunjung di Setu Babakan dapat mencapai sepuluh ribu pengunjung per hari pada hari libur. Potensi yang besar tersebut seharusnya mendorong pengembangan UMKM. Kondisi di lapangan menunjukkan anomali. Banyak UMKM di perkampungan Betawi Wisata Setu Babakan Jakarta yang mengalami kemunduran dan sampai pada kebangkrutan. Kondisi tersebut menyebabkan naik turunnya jumlah pelaku bisnis kecil yang berjualan. Hal ini terjadi karena banyak usaha kecil yang tidak mampu bertahan dan memiliki kinerja usaha yang kurang bagus. Salah satu indikator kinerja usaha yang baik adalah peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan keuntungan, peningkatan jenis produk dan pengembangan modal sosial (Meutia and Ismail, 2012). Indikator tersebut akan membuat usaha menengah, kecil dan mikro mampu bertahan di tengah-tengah ketatnya persaingan maupun perubahan pasar yang sangat cepat. Upaya perlindungan terhadap *infant industry* menjadi penting. Bisnis kecil harus mampu bertahan di tengah persaingan yang sangat ketat maka perlu dianalisis karakteristik, adaptasi (ketahanan bisnis) dan kompetensi manajerial para pelaku usaha menengah, kecil, dan mikro yang berjualan di Setu Babakan. Dalam upaya perlindungan terhadap bisnis kecil, diperlukan peningkatan kompetensi para pedagang supaya lebih kompeten untuk menjalankan usahanya. Berdasarkan uraian di atas perlu dianalisis adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kewirausahaan yang

¹Ahmad Nurdin Hasibuan, ²Tagor Rambey, ³Reny Andriyant

ditinjau dari aspek karakter, adaptasi bisnis, dan kompetensi manajerial yang dimiliki para pelaku UMKM di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kata *entrepreneurship* dalam bahasa Prancis "*entreprendre*" dengan arti petualang, sebagai pencipta, dan sebagai pengelola usaha. Istilah "*entreprendre*" oleh Richard Cantillon (1755) orang pertama yang memperkenalkan. Menurut Peter F. Drucker dalam Kasmir (2009) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dan baru. Definisi ini dilanjutkan Hisrich dalam Suryana (2003), mengemukakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu penciptaan sesuatu "unik" dengan nilai yang tinggi dalam menjalankan usaha, yang mengorbankan uang, risiko, fisik, dan menghasilkan *income* berupa uang atau pendapatan serta kepuasan seseorang. Sementara itu, Zimmerer dalam Kasmir (2013) menerjemahkan kewirausahaan sebagai proses kreatif & inovasi untuk menyelesaikan suatu persoalan serta menemukan peluang dalam memperbaiki usaha. Inpres Nomor 4 pada tahun 1995 tertanggal 30 Juni 1995 mengenai Gernas Memasyarakatkan & Membudayakan Kewirausahaan, menyatakan; "Kewirausahaan suatu semangat, bentuk sikap, membentuk perilaku serta kemampuan seseorang untuk mengembangkan usaha menuju pada proses merencanakan, organisasi, menciptakan, implementasi cara kerja, penerapan teknologi serta produksi baru secara efisiensi agar mampu memberikan pelayanan prima dan atau memperoleh pendapatan yang lebih besar.

Bentuk perilaku adalah suatu pilihan dan inisiatif dari masing-masing individual dan hal ini tidak berkaitan pada *reward* formal suatu usaha namun secara agregat mampu meningkatkan dari efektivitas suatu organisasi. Salah satu analisis yang bisa didekati adalah kompetensi pedagang Minang perantauan. Berdasarkan hasil penelitian disebutkan bahwa wirausaha

Minang memiliki karakteristik percaya diri, pekerja keras, perhitungan cermat/hemat, kemandirian, ketekunan, kontribusi kepada keluarga, konsistensi, kecerdikan, keluwesan, keberanian menghadapi tantangan usaha (Hastuti *et al.*, 2015). M. Scarborough & Thomas W. Zimmerer dalam Suryana (2003) menyebutkan terdapat 8 ciri khas kewirausahaan, yaitu: 1) tanggung jawab, yaitu mempunyai perasaan tanggung jawab terhadap usaha yang telah dilakukan, 2). memilih risiko moderat, mengandung arti seorang pengusaha agar menghindari risiko dalam skala apa pun 3). Percaya diri yaitu seorang pengusaha mesti yakin akan kemampuan yang dimiliki dalam mengelola usaha 4). Menghendaki *feedback*, yaitu perlunya timbal balik dan respons yang cepat. 5). Memiliki semangat & kerja keras dalam mewujudkan masa depan perusahaan 6). Berorientasi ke depan yaitu memiliki perspektif serta wawasan ke masa depan. 7). Organisator yaitu keterampilan untuk mengorganisasikan seluruh sumber daya dalam menambah nilai dan 8). Menghargai prestasi yaitu selalu menghargai prestasi daripada imbalan uang. Grave dalam Basrowi (2011) menyebutkan karakteristik wirausahawan ada 5 D, yaitu 1). *Dream*, yaitu adanya suatu visi yang dimiliki seorang wirausaha untuk mewujudkan dan mengembangkan impian/usahanya. 2). *Decisiveness*, yaitu kemampuan membuat keputusan dengan cepat didasari perhitungan yang tepat. 3). *Doers*, yaitu kemampuan menindaklanjuti atas sebuah keputusan tanpa menunda-nunda dalam bisnis. 4). *Determination*, yaitu adanya perhatian seorang wirausaha dalam melaksanakan kegiatannya. Memiliki tanggung jawab, pantang menyerah 5). *Dedication*, yaitu memiliki dedikasi tinggi dalam mengelola bisnisnya.

Kewirausahaan merupakan usaha kreatif memiliki suatu nilai dan menciptakan sesuatu yang baru serta dapat dinikmati orang lain. Lebih lanjut katanya, semua wirausahawan harus memiliki unsur kompetensi yaitu: 1) Kemampuan untuk menghubungkan IQ dengan *skill* dimana hal ini tercermin dalam membaca peluang, berinovasi, mengelola dan menjual, 2) Keberanian sebagai bentuk menghubungkan EQ dengan mental. Hal ini

¹⁾Ahmad Nurdin Hasibuan, ²⁾Tagor Rambey, ³⁾Reny Andriyant

tercermin dalam kegiatan untuk mengatasi ketakutannya, mengendalikan risiko, dan kemampuan keluar dari suatu zona kenyamanan, 3) Keteguhan hati yang merupakan kegiatan menghubungkan hati dengan motivasi diri). Keteguhan hati akan tampak pada keuletan, pantang menyerah, teguh akan keyakinannya akan sukses, memiliki pikiran bahwa akan bisa melaksanakan usahanya, serta Kreatif dalam menemukan ide untuk mencari peluang yang didasarkan pada intuisi (Peggy & Kuehl, 2007). Muzakar (2013) menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan terdiri dari inisiatif dan *enterprises*, perencanaan dan mengorganizing, memanfaatkan teknologi) berorientasi pada kewirausahaan yang berpengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja. Variabel ini terbukti mampu memediasi suatu hubungan antara variabel kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha (Isa, 2011).

Kinerja usaha diartikan sebagai pencapaian seseorang sesuai ukuran pada hasil sesuai dengan bidang pekerjaan dan skala bisnisnya. Faktor dominan yang mempengaruhi kinerja UMKM meliputi: pemasaran, *capital*, kemampuan berwirausaha, kemampuan SDM, pengetahuan *fintech* serta rencana bisnis. Parameter atau ukuran kinerja UKM menurut Meredith dan Siropolis dapat dilihat pada perspektif kuantitatif serta kualitatif (Sari, Suwarsinah and Baga, 2016). Pada penilaian kuantitatif terhadap kinerja UMKM mengacu pada suatu parameter kinerja sesuai ketentuan Bank Indonesia yakni: 1). Adanya menunjukkan peningkatan serta pertumbuhan pada pendapatan relatif tiap UKM; 2). Peningkatan omzet penjualan. Hasil penilaian ini ditunjukkan laporan bulanan atas perkembangan para UKM. Pada penilaian kualitatif mengenai: 1). Pembukuan sederhana; 2). Pengelolaan pada produksi, operasi yang baik, dan komunikasi pemasaran; 3). Meningkatnya suatu motivasi serta kepercayaan diri; 4). Tata cara memperoleh bantuan dana menambah modal usaha (Bank Indonesia, 2019).

Berdasarkan tinjauan teori diatas, maka dalam penelitian ini memiliki tiga hipotesis. Hipotesis pertama adalah terdapat pengaruh yang signifikan

¹⁾Ahmad Nurdin Hasibuan, ²⁾Tagor Rambey, ³⁾Reny Andriyant

dan positif antara karakteristik wirausaha terhadap kinerja kewirausahaan. Hipotesis kedua adalah ada pengaruh signifikan dan positif antara adaptasi bisnis terhadap kinerja kewirausahaan. Hipotesis ketiga adalah terdapat pengaruh signifikan antara kompetensi manajemen terhadap kinerja kewirausahaan.

III. METODE PENELITIAN

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-random Sampling*, dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif pada 100 pelaku UMKM produk makanan dan minuman di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Pemilihan sampel penelitian didasarkan pada data awal jenis usaha di Setu Babakan. Berdasarkan jenis usaha, 58 persen didominasi jenis usaha makanan. Jenis usaha minuman sebanyak 24%, jenis usaha permainan sebanyak 7%, jenis usaha hiburan sebanyak 6 % dan sisanya jenis usaha pakaian sebanyak 5 %. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa para pengusaha yang ada di Setu Babakan mendominasi jenis usaha makanan dan minuman, hal ini dapat dipahami karena lokasi ini menjadi tempat wisata para kaum muda dan keluarga yang ingin menikmati segarnya udara dan indahny pemandangan air serta pepohonan yang menghijau. Data deskripsi responden berdasarkan jenis usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

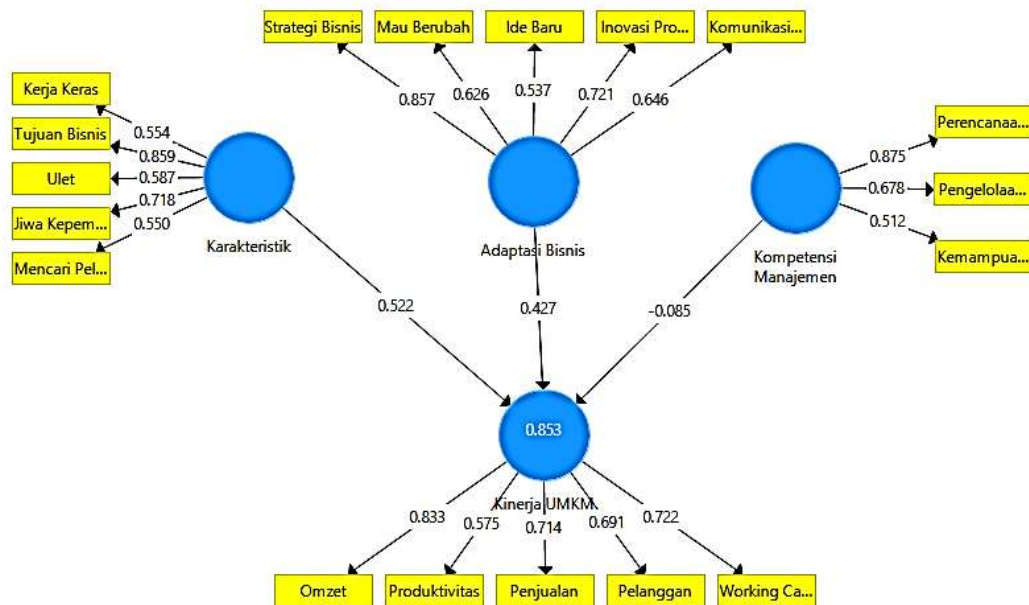
Tabel 1. Hasil Analisis Jenis Usaha UMKM di Setu Babakan.

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>
Valid	Makanan	58	58.0	58.0
	Minuman	24	24.0	24.0
	Pakaian	5	5.0	5.0
	Hiburan	6	6.0	6.0
	Permainan	7	7.0	7.0
	Total	100	100.0	100.0

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Pengolahan data dilakukan dengan *structural equation model* (SEM) terhadap semua variabel penelitian. Variabel endogen adalah kinerja kewirausahaan dengan lima variabel manifes yaitu jumlah omzet, produktivitas, penjualan, pelanggan, dan penambahan jumlah pegawai (*working capital*). (Hadi Putra and Santoso, 2020; Sriboonlue, 2019; Iakovleva, 2015; Meutia and Ismail, 2012). Sedangkan variabel eksogen adalah variabel karakteristik, adaptasi bisnis dan kompetensi manajemen. Variabel Karakteristik dibangun dari lima variabel manifes, yaitu kemauan bekerja keras, adanya tujuan bisnis yang jelas, ulet, adanya jiwa kepemimpinan dan kemampuan mencari peluang (Alkhoraif, Rashid and McLaughlin, 2019; Wiklund *et al.*, 2019; Dahalan, Jaafar and Rosdi, 2013; Eser, Demirbağ and Yozgat, 2012; Huang and Lai, 2012; Dr.Siong-Hoy, Chong & Wendy Ming-yen, 2007). Variabel adaptasi bisnis menjadi penting karena bisnis kecil harus mampu bertahan dalam persaingan. Kemampuan adaptasi akan membantu UMKM untuk berkembang dalam jangka panjang (Alkhoraif, Rashid and McLaughlin, 2019; Vargas, 2015; Nguyen, Beeton and Halog, 2014; Vandenberg, 2009; Morris, Ph and Altman, 2001; Schindehutte and Morris, 2001). Variabel ini disusun dari lima variabel manifes, yaitu kemampuan membentuk strategi bisnis, kemampuan untuk terus berubah, selalu memiliki ide baru, memiliki inovasi dan kemampuan komunikasi bisnis. Variabel kompetensi manajemen disusun dari tiga variabel manifes, yaitu kemampuan membuat rencana bisnis, kemampuan mengelola keuangan dan kemampuan memasarkan produknya (Prain *et al.*, 2020)

Data yang berhasil dikumpulkan, diolah dan ditabulasikan serta diolah menggunakan komputer dengan bantuan Microsoft Excel dan SmarPLS versi 3.3.2. Hasil pengujian validasi menunjukkan semua variabel manifes yang dikembangkan dalam penelitian ini valid. Data rinci terkait hasil validasi dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Hasil Analisis Nilai Factor Loading.

Sumber: Data primer diolah (2020).

Analisis uji konstruksi dilanjutkan dengan uji reliabilitas terhadap seluruh variabel laten. Uji yang dilakukan dengan menggunakan cronbach's Alpha, rho alpha, dan composite reliability. Hasil analisis berdasarkan uji *composite reliability* menunjukkan Data detail hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Analisis Construct Reliability And Validity.

Variabel	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability
Karakteristik	0,669	0,713	0,793
Adaptasi Bisnis	0,717	0,717	0,812
Kompetensi Manajemen	0,536	0,665	0,738
Kinerja UMKM	0,756	0,778	0,835

Sumber: Data primer diolah (2020).

Uji terhadap ke-fit-an model yang dikembangkan dalam penelitian ini dianalisis dengan nilai adjusted R square. Nilai R square menunjukkan nilai 0,849. Angka ini mengindikasikan seluruh variabel laten endogen dan

¹⁾Ahmad Nurdin Hasibuan, ²⁾Tagor Rambey, ³⁾Reny Andriyant

eksogen yang berada dalam model yang dibentuk sesuai dengan variabel manifestasinya.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif terhadap responden pelaku UMKM di Setu Babakan Jakarta Selatan, menunjukkan bahwa jenis kelamin Laki-laki sebanyak 62 %. Sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 38%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jenis kelamin laki-laki lebih tertarik bekerja sebagai pelaku usaha dibandingkan perempuan. Berdasarkan usia, para pelaku UMKM berada dalam selang usia 20 sampai di atas 51 tahun. Data rinci terkait deskripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Usia Responden

Kategori Usia	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid 20-30	15	15.0	15.0
31-40	48	48.0	48.0
41-50	26	26.0	26.0
>51	11	11.0	11.0
Total	100	100.0	100.0

Sumber: Data Primer diolah (2020).

Para pengusaha yang di Setu Babakan didominasi usia 31-40 tahun sebanyak 48 %. Sedangkan usia 41-50 tahun sebanyak 26%, usia 20-30 tahun sebanyak 15% dan sisanya >51 tahun berjumlah 11 % dari total sampel. Hal mengindikasikan pelaku bisnis UMKM berada pada kelompok umur usia produktif. Analisis terhadap data lama usaha menunjukkan persentase terbesar (47 %) adalah pada lama usaha antara 1 tahun. Sedangkan lama usaha antara 2 sampai 10 tahun mencapai 33 persen dan lama usaha lebih dari 11 tahun adalah 20 persen

Analisis *path coefficients* menunjukkan bahwa hubungan seluruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen adalah signifikan. Hal ini dilihat dari nilai *t statistics* yang lebih besar dari nilai *t-tabel* 1,98525

dengan derajat kebebasan 95. Data detail dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil *Path Coefficients*.

	<i>Original Sample</i>	<i>Standart Deviation</i>	<i>T Statistics</i>
Karakteristik → Kinerja kewirausahaan	0,522	0,076	5,651
Adaptasi Bisnis → Kinerja kewirausahaan	0,427	0,074	7,082
Kompetensi Manajemen → Kinerja kewirausahaan	-0,085	0,045	1,870

Sumber: Data primer diolah (2020).

Hasil pengujian terhadap seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Analisis hipotesis pertama: Nilai standar deviasi adalah 0,076 dan nilai t statistik adalah 5,651. Nilai t *statistic* > t-tabel menunjukkan bahwa hipotesis nol ditolak. Berarti bahwa karakteristik pelaku UMKM berpengaruh signifikan terhadap kinerja kewirausahaan. Analisis hipotesis kedua: Nilai standar deviasi 0,074 dengan nilai t *statistic* sebesar 5,651 dan lebih besar dari t-tabel. Berarti adaptasi bisnis yang dimiliki para pelaku UMKM di Setu Babakan berpengaruh signifikan terhadap kinerja kewirausahaan.

Analisis hipotesis ketiga: Nilai standar deviasi sebesar 0,045 dengan nilai t *statistic* 1,870. Nilai ini lebih besar dari nilai t-tabel yang bernilai 1,98397 maka disimpulkan bahwa kompetensi manajemen pelaku UMKM di Setu Babakan berpengaruh signifikan terhadap kinerja kewirausahaan.

Karakteristik pelaku UMKM di Setu Babakan berdasarkan analisis *outer loading* menunjukkan bahwa seluruh faktor yang dibentuk dalam persamaan *outer* adalah signifikan. Faktor penting dalam membentuk kinerja kewirausahaan adalah faktor “memiliki tujuan bisnis yang jelas”. Hasil penelitian terhadap 8.000 UMKM di Rumania menunjukkan bahwa bisnis kecil cenderung memiliki tujuan bisnis dan tujuan non-bisnis. Tujuan bisnis yang jelas akan membantu wirausaha untuk memiliki sasaran produksi yang jelas (Karel, Adam and Piszczur, 2013). Untuk menjadi

wirausaha yang sukses, selain memerlukan tujuan bisnis yang jelas, seorang wirausaha juga harus memiliki jiwa kepemimpinan, ulet dalam berbisnis, bekerja keras dan terus mencari peluang bisnis. Perkembangan bisnis kecil akan semakin baik bila didukung oleh motivasi pemilik yang kuat (Mokhtar, 2013). Jiwa kepemimpinan memiliki peran penting dalam pengembangan bisnis. Hal ini didukung kajian empiris yang menyatakan semakin baik kepemimpinan yang dimiliki pemilik bisnis akan membantu dalam kecepatan dan keakuratan pengambilan keputusan. Hal ini menjadi salah satu faktor yang membuat usaha kecil semakin berkembang (Ayrancı and Ayrancı, 2015; Hastuti *et al.*, 2015; Karel, Adam and Piszezur, 2013). Terkait keuletan, kerja keras dan upaya untuk terus mencari peluang dapat dikaji dari karakteristik pedagang Minang perantauan (Fries, Kammerlander and Leitterstorf, 2020). Faktor tersebut yang mendorong kesuksesan bisnis usaha kecil dan menengah (Alkhoraif, Rashid and McLaughlin, 2019; Tunali and Sener, 2019; Hadi, Wekke and Cahaya, 2015; Ioniță, 2013). Secara detail hasil analisis *outer loading* dapat dilihat pada tabel 5.

Seluruh faktor yang membentuk variabel adaptasi bisnis yang diamati juga menunjukkan hubungan yang signifikan. Analisis *outer loading* menunjukkan faktor yang mempengaruhi kemampuan adaptasi dalam berbisnis adalah strategi bisnis, melakukan inovasi produk, memiliki komunikasi bisnis dengan konsumen, selalu mau berubah dan mencari ide-ide bisnis baru. Faktor utama yang mempengaruhi kemampuan beradaptasi dalam bisnis bagi pelaku UMKM adalah membuat strategi bisnis secara terus menerus. Hal ini didukung oleh pernyataan bahwa sering kali wirausaha kecil berperilaku mengandalkan strategi intuitif. Strategi ini empiris dan tidak formal, namun dapat dikembangkan menjadi ide inovatif di masa depan. Hal ini akan sangat bermakna jika strategi tersebut dijalankan (Labontiu, 2002). Terkait strategi bisnis, semakin jelas strategi yang dibentuk oleh UMKM maka akan makin operasi bisnis. Pernyataan ini didukung secara empiris oleh penelitian terhadap 677 UMKM di Republik Ceko dan Slowakia. Secara khusus dinyatakan bahwa

¹⁾Ahmad Nurdin Hasibuan, ²⁾Tagor Rambey, ³⁾Reny Andriyant

bisnis kecil yang menerapkan strategi dalam skala besar akan lebih unggul kinerjanya dibanding bisnis kecil yang menerapkan strategi menengah (Karel, Adam and Piszczur, 2013). Riset terhadap UMKM di Silesian dan Mapoloska menunjukkan bahwa ide inovasi yang dilaksanakan akan menjadi sumber pengembangan bisnis kecil dan menengah (Vargas, 2015). Inovasi akan terkait dengan ide-ide kreatif yang harus dimiliki pemilik bisnis kecil. Apabila ide ini dijalankan dengan strategi yang tepat dan dikomunikasi dengan tepat kepada konsumen maka otomatis bisnis dapat berkembang (Saunila, 2019; Skibiński and Sipa, 2015;. Dahalan, Jaafar and Rosdi, 2013) Secara detail hasil analisis terhadap faktor-faktor pada variabel adaptasi bisnis dapat dilihat pada tabel 5.

Analisis terhadap seluruh faktor dari variabel kompetensi manajemen menunjukkan hubungan yang signifikan. Kompetensi manajemen dipengaruhi oleh faktor adanya kemampuan membuat perencanaan bisnis, kompetensi untuk mengelola keuangan secara sederhana, serta kemampuan pemasaran (Fries, Kammerlander and Leitterstorf, 2020; Korpysa, 2020; Prain *et al.*, 2020; Udimal *et al.*, 2020; Hadi, Wekke and Cahaya, 2015; Morris, Avila and Teeple, 1990). Analisis *outer loading* menunjukkan bahwa faktor kemampuan untuk membuat perencanaan bisnis ternyata sangat berpengaruh terhadap kompetensi manajemen para pelaku UMKM (Prain *et al.*, 2020; Alonso-Vazquez, del Pilar Pastor-Pérez and Alonso-Castañón, 2018; Rahman and Ramli, 2014; Vincent Sebikari, 2014; Eser, Demirbağ and Yozgat, 2012). Secara detail hasil analisis faktor terhadap variabel kompetensi manajemen dapat dilihat pada tabel 5

Variabel kinerja kewirausahaan yang disusun atas seluruh faktor juga menunjukkan hubungan yang signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah adanya peningkatan omzet, produktivitas, adanya peningkatan penjualan, peningkatan jumlah pelanggan, serta penambahan jumlah tenaga kerja. Variabel ini berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi adalah peningkatan omzet penjualan. Omzet penjualan berfluktuasi seiring dengan peningkatan jumlah penjualan. Dan

¹)Ahmad Nurdin Hasibuan, ²)Tagor Rambey, ³)Reny Andriyant

hal tersebut berkaitan erat dengan kinerja kewirausahaan (Hadiyati and Lukiyanto, 2019; Hidayatullah *et al.*, 2019; Barazandeh *et al.*, 2015; Nguyen, Beeton and Halog, 2014). Bisnis UMKM harus membangun kinerja berbasis pelanggan. Menciptakan pelanggan jauh lebih sulit daripada sekedar mendapatkan konsumen. Pelanggan bagi UMKM dapat menjadi salah satu sumber kesuksesan bisnis (Sarmah, Saikia and Tripathi, 2019; Peillon, Dubruc and Mansour, 2018; Barazandeh *et al.*, 2015; Kemayel, 2015) Hal ini didukung oleh data empiris terhadap penelitian mengenai strategi pengembangan UMKM di Indonesia. Analisis dilakukan pada UMKM Kerupuk Udang Yuni, Bakpia Patok Yunah, Sanggar Batik Jumputan Maharani, Kerajinan Bambu, Fachrozi Sekar Sedhep Arum, Sanggar Batik Aji dan Toko Sandal Sukses Collection. Rekomendasi penelitian ini menyatakan bahwa pelaku UMKM harus memanfaatkan *e-marketing* (Septyanto and Dewanto, 2016) dan jaringan sosial untuk membangun pelanggan (Ioanid, Deselnicu and Militaru, 2018). Variabel kinerja kewirausahaan juga dapat dilihat dari faktor penambahan jumlah tenaga kerja. Pengelolaan tenaga kerja berbasis kinerja akan membantu UMKM berkembang dalam jangka panjang (Zehir *et al.*, 2016). Data lengkap mengenai analisis faktor pada variabel kinerja kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Analisis Outer Loading.

	Original Sample	Standart Deviation	T Statistics
Memiliki tujuan bisnis ← Karakteristik	0,859	0,029	29,624
Jiwa kepemimpinan ← Karakteristik	0,718	0,048	14,906
Keuletan ← Karakteristik	0,587	0,069	8,501
Kerja keras ← Karakteristik	0,554	0,068	8,333
Mencari peluang bisnis ← Karakteristik	0,550	0,081	6,790
Memiliki strategi bisnis ← Adaptasi bisnis	0,857	0,025	34,424
Melakukan inovasi produk ← Adaptasi bisnis	0,721	0,043	16,889

¹⁾Ahmad Nurdin Hasibuan, ²⁾Tagor Rambey, ³⁾Reny Andriyant

Kemampuan komunikasi bisnis ← Adaptasi bisnis	0,646	0,070	9,207
Kemauan untuk berubah ← Adaptasi bisnis	0,626	0,078	9,207
Selalu mencari ide baru ← Adaptasi bisnis	0,537	0,090	5,956
Perencanaan bisnis ← Kompetensi manajemen	0,875	0,343	0,006
Pengelolaan keuangan ← Kompetensi manajemen	0,678	0,347	0,026
Kemampuan pemasaran ← Kompetensi manajemen	0,512	0,356	0,076
Omzet ← Kinerja kewirausahaan	0,833	0,081	6,790
Penambahan jumlah tenaga kerja ← Kinerja kewirausahaan	0,722	0,057	12,740
Penjualan ← Kinerja kewirausahaan	0,714	0,067	10,733
Pelanggan ← Kinerja kewirausahaan	0,691	0,041	16,665
Produktivitas ← Kinerja kewirausahaan	0,575	0,075	7,665

Sumber: Data primer diolah (2020).

V. PENUTUP

5.1. Saran

Hal yang perlu disimpulkan dari penelitian ini adalah bahwa:

- 1) Variabel karakteristik pelaku bisnis UMKM di Setu Babakan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja kewirausahaan.
- 2) Variabel adaptasi bisnis UMKM di Setu Babakan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja kewirausahaan.
- 3) Variabel kompetensi manajemen pelaku bisnis UMKM di Setu Babakan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kinerja kewirausahaan.

5.2. Saran

¹⁾Ahmad Nurdin Hasibuan, ²⁾Tagor Rambey, ³⁾Reny Andriyant

Saran dan rekomendasi dari penelitian ini adalah upaya utama untuk membentuk kinerja kewirausahaan para pelaku bisnis UMKM di Setu Babakan adalah membantu mereka memiliki tujuan bisnis yang jelas, mampu membuat strategi bisnis yang rinci, mampu membuat perencanaan bisnis dan membantu mereka meningkatkan omzet penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkhoraif, A., Rashid, H. and McLaughlin, P. (2019) 'Lean implementation in small and medium enterprises: Literature review', *Operations Research Perspectives*. Elsevier, 6(December 2018), p. 100089. doi: 10.1016/j.orp.2018.100089.
- Alonso-Vazquez, M., del Pilar Pastor-Pérez, M. and Alonso-Castañón, M. A. (2018) 'Management and Business Plan', *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality*, (September), pp. 153–168. doi: 10.1108/978-1-78743-529-220181020.
- Ayrancı, A. E. and Ayrancı, E. (2015) 'Connections between Leadership Features and Attitudes Towards Innovativeness: A Research on Small and Medium-Sized Business Owners', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, pp. 1535–1542. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.06.456.
- Bank Indonesia, B. (2019) *Kebijakan pengembangan umkm bank indonesia*.
- Basrowi. 2011. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Ghalia. Bogor.
- BPS Republik Indonesia, K. K. (2020) 'STATISTIK', (86), pp. 1–24.
- Dahalan, N., Jaafar, M. and Rosdi, S. A. M. (2013) 'Local Community Readiness in Entrepreneurship: Do Gender Differ in Searching Business Opportunity', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 91, pp. 403–410. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.08.437.
- Dr.Siong-Hoy, Chong & Wendy Ming-yen, T. (2007) 'Theorising a Framework of Factors Influencing Performance of Women Entrepreneurs in Malaysia', *Asean Entrepreneurship Journal*, III(2), p. ISSN 1176-8592.
- Eser, G., Demirbağ, O. and Yozgat, U. (2012) 'The Effects of Family-Business Related Characteristics and Strategic Planning on Corporate Entrepreneurship', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58(2006), pp. 906–913. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.1069.
- Fries, A., Kammerlander, N. and Leitterstorf, M. (2020) 'Leadership Styles

- and Leadership Behaviors in Family Firms: A Systematic Literature Review', *Journal of Family Business Strategy*. Elsevier, (xxxx), p. 100374. doi: 10.1016/j.jfbs.2020.100374.
- Hadi, C., Wekke, I. S. and Cahaya, A. (2015) 'Entrepreneurship and Education: Creating Business Awareness for Students in East Java Indonesia', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 177(July 2014), pp. 459–463. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.02.396.
- Hadi Putra, P. O. and Santoso, H. B. (2020) 'Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs)', *Heliyon*. Elsevier Ltd, 6(3), p. e03568. doi: 10.1016/j.heliyon.2020.e03568.
- Hadiyati, E. and Lukiyanto, K. (2019) 'The effect of entrepreneurial marketing dimensions on micro, small and medium enterprise performance in Indonesia', *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), pp. 106–112.
- Hastuti, P. C. *et al.* (2015) 'The Minang Entrepreneur Characteristic', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 211(September), pp. 819–826. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.11.108.
- Hidayatullah, S. *et al.* (2019) 'The effect of entrepreneurial marketing and competitive advantage on marketing performance', *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), pp. 1297–1301.
- Huang, L.-S. and Lai, C.-P. (2012) 'An investigation on critical success factors for knowledge management using structural equation modeling', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 40, pp. 24–30. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.03.156.
- Iakovleva, T. (2015) 'Theorizing on Entrepreneurial Performance', *In 1ère Conférence Européenne d'été, Valence, France*, (October 2011), pp. 1–42. Available at: www.epi-entrepreneurship.com/doc/IAKOVLEVA.pdf (retrieved on June 25th 2016).
- Ioanid, A., Deselnicu, D. C. and Militaru, G. (2018) 'The impact of social networks on SMEs' innovation potential', *Procedia Manufacturing*. Elsevier B.V., 22, pp. 936–941. doi: 10.1016/j.promfg.2018.03.133.
- Ioniță, D. (2013) 'Success and Goals: An Exploratory Research in Small Enterprises', *Procedia Economics and Finance*, 6(13), pp. 503–511. doi: 10.1016/s2212-5671(13)00168-8.
- Isa, M. (2011) 'Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan Dan Kinerja Industri Mebel', *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), pp. 172–185.
- Karel, S., Adam, P. and Piszczur, R. (2013) 'Strategic Planning and Business Performance of Micro, Small and Medium-Sized

- Enterprises', *Journal of Competitiveness*, 5(4), pp. 57–72. doi: 10.7441/joc.2013.04.04.
- Kasmir, 2013. *Kewirausahaan-Edisi Revisi*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Kemayel, L. (2015) 'Success Factors of Lebanese SMEs: An Empirical Study', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 195, pp. 1123–1128. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.06.158.
- Labontiu, G. (2002) *Strategies and strategic management in small business, MPP Working Paper No.15/2002*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/265272727_Strategies_and_Strategic_Management_in_Small_Business.
- Lambing, Peggy. And Charles R. Kuehl. 2007. *Entrepreneurship*. 2nd Ed, Upper Saddle River Prentice Hall. New Jersey.
- Meutia and Ismail, T. (2012) 'The Development of Entrepreneurial Social Competence and Business Network to Improve Competitive Advantage and Business Performance of Small Medium Sized Enterprises: A Case Study of Batik Industry in Indonesia', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. The Authors, 65(ICIBSoS), pp. 46–51. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.11.089.
- Mokhtar, N. F. (2013) 'Choice of business aims and strategies by small business enterprises in developing countries', *International Journal of Business and Social Science*, 4(9), pp. 247–256. Available at: <http://www.ijbssnet.com/>.
- Morris, M. H., Avila, R. and Teeple, E. (1990) 'Sales management as an entrepreneurial activity', *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 10(2), pp. 1–15. doi: 10.1080/08853134.1990.10753819.
- Morris, M. H., Ph, D. and Altman, J. W. (2001) 'The Need for Adaptation in Successful Business Concepts: Strategies for Entrepreneurs The Need for Adaptation in the Successful Business Concepts: Strategies for Entrepreneurs Abstract', (May 2014).
- Nguyen, N. H., Beeton, R. J. . and Halog, A. (2014) 'SME Adaptive Capacity in Response to Environmental Requirements: Understanding it as a Complex Adaptive System', *Asian Journal of Business and Management*, 2(1), pp. 1–17. Available at: [http://ajouronline.com/index.php?journal=AJBM&page=article&op=view&path\[\]=777](http://ajouronline.com/index.php?journal=AJBM&page=article&op=view&path[]=777).
- Peillon, S., Dubruc, N. and Mansour, M. (2018) 'Service and customer orientation of corporate culture in a French manufacturing SME', *Procedia CIRP*. Elsevier B.V., 73, pp. 91–95. doi:

10.1016/j.procir.2018.03.331.

- Prain, G. *et al.* (2020) 'Research-development partnerships for scaling complex innovation: Lessons from the Farmer Business School in IFAD-supported loan-grant collaborations in Asia', *Agricultural Systems*. Elsevier, 182(April), p. 102834. doi: 10.1016/j.agsy.2020.102834.
- Rahman, N. A. A. and Ramli, A. (2014) 'Entrepreneurship Management, Competitive Advantage and Firm Performances in the Craft Industry: Concepts and Framework', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 145, pp. 129–137. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.06.019.
- Sari, N. M. W., Suwarsinah, H. K. and Baga, L. M. (2016) 'Jurnal Penyuluhan, Maret 2016 Vol. 12 No.1 Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat', *Jurnal Penyuluhan*, 12(1), pp. 51–60.
- Saunila, M. (2019) 'Innovation capability in SMEs: A systematic review of the literature', *Journal of Innovation and Knowledge*. Journal of Innovation & Knowledge, 5(4), pp. 260–265. doi: 10.1016/j.jik.2019.11.002.
- Schindehutte, M. and Morris, M. H. (2001) 'Understanding strategic adaptation in small firms', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 7(3), pp. 84–107. doi: 10.1108/EUM0000000005532.
- Septyanto, D. and Dewanto, I. J. (2016) 'E-marketing strategies msmesin Indonesia', *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(14), pp. 1129–1137.
- Skibiński, A. and Sipa, M. (2015) 'Sources of Innovation of Small Businesses: Polish Perspective', *Procedia Economics and Finance*, 27(15), pp. 429–437. doi: 10.1016/s2212-5671(15)01017-5.
- Suryana, 2003. *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, Jakarta.
- Tunali, C. B. and Sener, S. (2019) 'The Determinants of Entrepreneurship in Turkey', *Procedia Computer Science*. Elsevier B.V., 158, pp. 648–652. doi: 10.1016/j.procs.2019.09.099.
- Udimal, T. B. *et al.* (2020) 'How has formal institutions influenced opportunity and necessity entrepreneurship? The case of brics economies', *Heliyon*. Elsevier Ltd, 6(9), p. e04931. doi: 10.1016/j.heliyon.2020.e04931.
- Vargas, M. I. R. (2015) 'Determinant Factors for Small Business to Achieve

Innovation, High Performance and Competitiveness: Organizational Learning and Leadership Style', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 169(August 2014), pp. 43–52. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.01.284.

Vincent Sebikari, K. (2014) 'Entrepreneurial Performance and Small Business Enterprises in Uganda', *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 2(4), pp. 1–12.

Zehir, C. *et al.* (2016) 'Strategic Human Resource Management and Firm Performance: The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 235(October), pp. 372–381. doi: 10.1016/j.sbspro.2016.11.045.



MEDIASTIMA