

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting terhadap pertumbuhan ekonomi karena dapat memberikan kontribusi yang berarti pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) di setiap negara (Bamford & Bruton, 2011; Wardi, et al, 2017). Unit bisnis dalam struktur perekonomian Indonesia, 99,9 persen merupakan UMKM dan menyerap hampir 97 persen dari total tenaga kerja nasional. Sumbangan UMKM ke Produk Domestik Bruto (PDB) saat ini mencapai 61,41%. Jumlah UMKM telah mencapai 62, 9 juta unit pada tahun 2018 dan diprediksi bisa menembus 65 juta unit pada tahun 2020 (BPS, 2019).

Berdasarkan skala usaha, pada tahun 2016 dari 26,71 juta usaha/perusahaan non pertanian yang dikelompokkan dalam 15 kategori lapangan usaha, 26,26 juta usaha/perusahaan atau 98,33 persen merupakan skala Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dan sisanya 0,45 juta usaha/perusahaan atau 1,67 persen berskala Usaha Menengah dan Besar (UMB). Pelaku usaha mayoritas bergerak di sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi perawatan mobil dan sepeda motor mencapai 12,3 juta atau 46,17 persen; sektor usaha akomodasi dan makanan-minuman sebesar 4,47 juta usaha atau 16,72 persen dan sisanya sebanyak 4,42 juta usaha atau 16,53 persen bergerak di sektor industri pengolahan. (SE, 2017).

Tantangan UMKM masih cukup besar, dimana porsi ekspor nonmigas UMKM khususnya untuk sektor pengolahan masih di bawah 16 persen. Penurunan terjadi pula pada industri pengolahan skala kecil dan menengah. Pertumbuhan produksi industri pengolahan usaha mikro dan kecil di kuartal II-2017 sebesar 2,5 persen. Realisasi ini anjlok dari capaian pertumbuhan di kuartal I-2017 sebesar 6,63 persen dan lebih rendah dibanding periode sama tahun lalu sebesar 6,56 persen. Kondisi UMKM pada tahun 2017 kurang begitu baik, menurunnya kontribusi UMKM dipicu oleh lesunya sektor perdagangan dan sektor industri (Yudhistira, Ekonom Indef). Pertumbuhan UMKM yang kurang bagus ini berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi, sulit untuk mencapai target

Erna Herlinawati, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN INOVASI

Universitas Pendidikan Indonesia repository.upi.edu Perpustakaan.upi.edu

5,2 persen, apalagi pada tahun 2018 targetnya meningkat 5,4 persen.” (BPS, Agustus 2017).

Potensi yang dimiliki UMKM tidak diimbangi dengan kemampuan dalam meningkatkan kinerja dan daya saing di pasar lokal maupun global. Para peneliti menjelaskan bahwa ketidakmampuan UMKM karena terkendala dengan berbagai permasalahan klasik terbatasnya modal dan akses permodalan ke lembaga keuangan formal seperti perbankan juga kesulitan beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, kurang agresif dalam mencari peluang bisnis, kurang kreatif dan inovatif dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis (Niode, 2009; Rifa, 2011; Sudaryanto & Hanim, 2012; Ramdhansyah & Sondang, 2013).

Perhatian Pemerintah terkait permodalan melalui program pemberdayaan UMKM terus dilakukan. Bank Indonesia mendorong penyaluran kredit UMKM dengan menetapkan target proporsi kredit UMKM pada perbankan berdasarkan *milestone* tertentu. Bank Indonesia pada awal tahun 2013 mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 14/22/PBI/2012 dan revisinya Nomor PBI 17/12/PBI/2015 yang mewajibkan bank umum memberikan kredit kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dengan proporsi 5% pada tahun 2015; 10% pada tahun 2016; 15% pada tahun 2017; dan minimal 20% pada tahun 2018.

Penguatan modal diharapkan dapat mendorong UMKM lebih leluasa dalam mengembangkan usahanya. Namun UMKM yang telah mendapat pembiayaan, pada umumnya peningkatan omset penjualan dan laba usaha tidak signifikan. Kinerja bisnis UMKM terkendala kelemahan struktural kemampuan manajerial, pemasaran, produksi dan pengelolaan keuangan (Herlinawati & Evy; Herlinawati & Riyandi, 2017). Selain persoalan permodalan, kendala yang dihadapi UMKM berkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap juga kalah bersaing karena kualitas, desain produk, dan harga sering tidak cocok dengan selera dan kemampuan konsumen. Hal ini berdampak terhadap produk UMKM kurang laku di pasar domestik maupun pasar internasional (Machmud, dkk. 2009, 2017). Hal ini selaras dengan hasil monitor "Asia SME Finance Monitor" bahwa sumbangan UMKM terhadap ekspor Indonesia hanya 15,7 persen, masih lebih rendah

dibanding negara lain seperti Thailand yang mencapai 25,5 persen, China 41,5 persen dan India 42,4 persen (Asian Development Bank, 2017).

Persoalan mendasar lainnya yang dihadapi sebagian besar UKM khususnya di negara berkembang dalam perekonomian global, regional maupun nasional, karena dijalankan secara tradisional dan turun temurun (Astrachan, 2008; Tambunan, 2011, 2014), sehingga lemah dalam manajemen dan belum mampu mengantisipasi perubahan lingkungan karena keterbatasan inovasi (Stewart & Roth, 2001; Garengo, 2008), kurang inisiatif, serta kompetensi dan kapabilitas yang kurang memadai (Hisrich, Drnovsek & Peter, 2002; Garengo & Bernadi, 2007. Astrachan 2008).

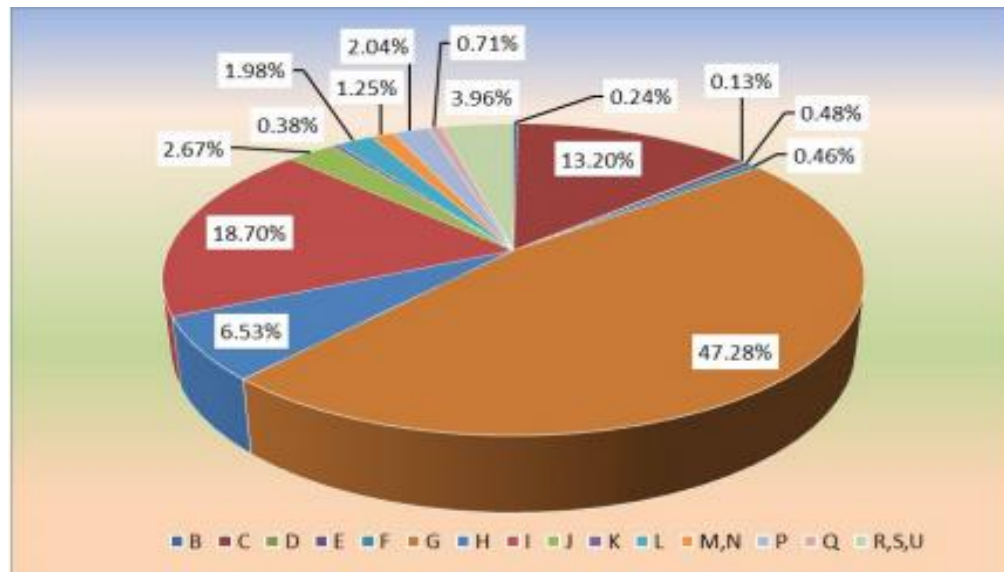
Kelemahan UMKM yang berdampak terhadap rendahnya kinerja UKM, pertama kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurism*) pelaku UKM masih rendah dalam melakukan inovasi. Kedua, tingkat keahlian (*level of expertise*) masih belum memadai dalam menyelesaikan persoalan organisasi dan manajemen usaha sehingga tidak mampu melakukan aktivitas usaha secara efisien, efektif dan fleksibel. Ketiga, jejaring (*networking*) masih terbatas sehingga menghambat akses informasi, pasar dan input dibanding UKM di negara lain. Keempat, keterhubungan (*linkage*) masih minim sehingga tidak dapat mengeksplorasi dengan baik pasar nasional maupun regional. Terakhir, akses keuangan (*access of financial*) kurang berpihak pada pelaku UKM sehingga terkendala dalam pengembangan usaha ke skala yang lebih besar (APINDO, 2015). Kelemahan ini tidak hanya menghambat pertumbuhan kinerja UKM, tetapi juga melemahkan daya saing UKM (Lantu, et al, 2016).

Berpijak dari permasalahan UMKM, APINDO terus berupaya mendorong dan melakukan pendampingan agar sumber daya manusia UMKM siap bersaing dan mampu menghasilkan produk inovatif. APINDO mengamati semakin berkurangnya industri padat karya dan menguatnya industri padat modal semakin menambah beban bagi masyarakat *middle lower*. APINDO mengusulkan agar pemerintah menambah *employment* bagi masyarakat *middle lower* dengan mulai memperhatikan dan mempromoteksi industri UKM dan juga UMKM (Laporan APINDO, 2015, 2017).

Jawa Barat termasuk empat provinsi di Indonesia yang pertumbuhan produksi Industri Kecil dan Menengahnya menurun selain Riau, Nusa Tenggara Barat dan Kepulauan Bangka Belitung. Sementara pertumbuhan tertinggi ditempati oleh Kalimantan Utara sebesar 29,81 persen. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki ketimpangan atau Gini ratio sejak tahun 2011 selalu berada di atas rata-rata nasional. Hal ini menunjukkan lapisan bawah masyarakat semakin sedikit menerima dampak pembangunan. Jawa Barat berada di posisi tertinggi setelah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Gorontalo untuk provinsi yang memiliki Gini Ratio paling tinggi di Indonesia pada September 2016. Gini Ratio Jawa Barat sebesar 0,402 sama dengan Provinsi Jawa Timur, sementara Gini Ratio Nasional sebesar 0,394. (BPS, 01/02/2017).

Pertumbuhan ekonomi Jawa Barat melambat pada triwulan II 2017 dengan capaian 5,29 persen demikian pula dengan produksi IKM di Jawa Barat tumbuh negatif 1,55 persen. Penurunan ini disebabkan IKM menemukan banyak kendala dalam menjalankan usahanya sehingga tidak mengherankan apabila IKM mudah gulung tikar. Untuk itu pemerintah harus tetap membuka peluang menaikkan pendapatan masyarakat bawah, diantaranya dengan menysasar industri kecil dan menengah (Suhariyanto, BPS, 2017). Sektor prioritas yang perlu dikembangkan untuk menggenjot pertumbuhan ekonomi adalah industri pengolahan (Ketua KEIN, 2017).

Pemerintah Jawa Barat terus berupaya meningkatkan peran UMKM dengan prioritas sektor industri pengolahan agar mampu bersaing secara lokal maupun global dengan meningkatkan porsi kredit. Posisi industri pengolahan di Jawa Barat berdasarkan Sensus Ekonomi 2016 berada di peringkat tiga sebesar 13.20%, setelah perdagangan besar dan eceran sebesar 47.28%; diikuti oleh penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum sebesar 18.70%. Selebihnya merupakan lapangan usaha lain sebesar 20.82%, sebagaimana tampak pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1
Persentasi Usaha/Perusahaan menurut Kategori
Lapangan Usaha Jawa Barat Tahun 2016

Ditinjau dari posisi penyaluran kredit, UMKM sektor industri pengolahan pada tahun 2017 mengalami penurunan penyerapan kredit 0,34% dibandingkan tahun 2016, demikian pula apabila dibandingkan dengan rata-rata penyerapan kredit selama tiga tahun terakhir lebih rendah 0,11%. Pembiayaan UMKM Jawa Barat per sektor ekonomi periode 2015, 2016, dan 2017 dijelaskan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Pembiayaan UMKM Jawa Barat Menurut Sektor

Sektor Ekonomi	Persentase Pembiayaan UMKM menurut Sektor di Propinsi Jawa Barat			
	2015	2016	2017	Rata-rata
Pertanian, Peternakan, Kehutanan & Perikanan	3,15	2,99	3,06	3,06
Pertambangan dan Penggalian	0,42	0,29	0,32	0,34
Industri Pengolahan	16,64	16,98	16,64	16,75
Listrik, Gas dan Air	0,42	0,25	0,27	0,31
Konstruksi	6,04	7,28	8,05	7,12
Perdagangan, Besar dan Eceran	58,38	57,80	57,14	57,77
Pengangkutan dan Komunikasi	2,16	2,02	2,13	2,10
Keuangan, Real Estate dan Jasa Perusahaan	6,58	6,20	5,98	6,25
Jasa-jasa	6,21	6,19	6,41	6,27

Sumber: SE Keuangan Daerah Jawa Barat, Desember 2017.

Penurunan pembiayaan sektor industri pengolahan dipicu oleh lesunya pangsa pasar global, masih terkonsentrasi pada pasar lokal dan UMKM yang telah menerima pembiayaan pangsa pasarnya tidak mengalami perubahan. UMKM sektor industri pengolahan banyak yang menghentikan usahanya karena tidak kuat menghadapi persaingan. Produk UMKM yang minim inovasi dengan jumlah produksi yang kurang berkembang mengancam kelangsungan usaha. Kesulitan pemasaran produk termasuk minimnya informasi pasar, penguasaan teknologi dan jaringan menyebabkan UMKM tidak bertahan. Rendahnya kemampuan dalam mengelola keuangan termasuk pembukuan juga menjadi pemicu kebangkrutan. Tidak adanya pemisahan antara modal usaha dengan uang pribadi menyebabkan modal usaha digunakan untuk kebutuhan pribadi (Herlinawati & Riyandi, 2017).

Fenomena ini membuktikan pertumbuhan UMKM sektor industri pengolahan masih terkendala dengan berbagai persoalan yang menghambat kesuksesan bisnis UMKM di Jawa Barat. Kondisi ini diduga kuat dipicu oleh karakter wirausaha yang lemah, peran manajerial yang belum kokoh dalam mengelola usaha juga rendahnya inovasi sementara lingkungan bisnis terus berubah.

Kajian Muis (2012) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis berdasarkan teori-teori terdapat beberapa faktor dominan, diantaranya: (1) Orientasi Kewirausahaan (Yang, 2008; Wulandari, 2009; Huang, et al, 2011), (2) Inovasi (Calantone, et al, 2001), (3) Pembelajaran dan organisasi (Therin, 2002), (4) Orientasi pasar (Ngo & O'Cast, 2012), (5) Kemampuan pemasaran (Chang, et al, 2010), (6) Lingkungan eksternal (Aziz & Yasin, 2010), (7) Strategi bisnis (Kock, et al, 2002), (8) Sumber daya perusahaan (Hafeez, et al, 2012), (9) Kemampuan manajemen (Suci, 2009), (10) Kesadaran moral (Campos, et al, 2011), dan (11) Transfer pengetahuan (Alipour & Karimi, 2011).

Selain faktor tersebut di atas, Scarborough & Zimmerer (2008), mengemukakan faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya kinerja bisnis karena permasalahan usaha kecil yang semakin kompleks dimana permasalahan dominan pada umumnya disebabkan penggunaan teknologi yang masih tradisional, kurangnya modal, aspek manajerial yang lemah juga dalam pengambilan keputusan, kualitas sumber daya manusia yang rendah, skala usaha yang kecil,

masih minimnya pengalaman dan terbatasnya akses keuangan juga para pengelola/pemilik UMKM kurang dalam kreativitas dan inovasi, sehingga kalah bersaing baik di pasar lokal maupun global.

Kelemahan-kelemahan tersebut dapat berdampak terhadap tidak berhasilnya implementasi kewirausahaan, sementara kewirausahaan merupakan hasil disiplin serta proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang pasar. Inti kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif (Suryana, 2014; Umar & Ngah, 2014).

Untuk menghadapi persaingan lokal dan global serta meningkatkan kemampuan manajerial diperlukan kompetensi kewirausahaan (Ng & Kee, 2013). Kompetensi wirausaha menjadi lebih utama dalam rangka mengambil langkah proaktif terhadap tantangan lingkungan bisnis. Pemilik usaha kecil pada umumnya bertindak sebagai manajer, pengelola dan juga pemimpin usaha yang memimpin bisnis juga memimpin manusia (Zimmerer & Scarborough, 1996, 2004), sehingga kompetensi sebagai manajer mulai dari perencanaan, pengorganisasian, juga administrator dan komunikator diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnis (Umar & Ngah, 2014).

Kinerja UMKM tidak mengalami perubahan yang signifikan seperti usaha besar, lebih banyak disebabkan lemahnya kompetensi kewirausahaan dalam memulai maupun menjalankan usahanya. UMKM pada umumnya merasa sudah berhasil dengan capaian kinerja finansial dan kurang memperhatikan pentingnya kinerja non finansial yang dapat dicapai salah satunya melalui kompetensi kewirausahaan sebagaimana dinyatakan Chandler & Jansen (1992) dan Man et.al (2002), bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan faktor yang berkaitan langsung dengan kinerja usaha. Kompetensi kewirausahaan mengacu pada kemampuan wirausaha dalam mengidentifikasi dan menggabungkan sumber daya untuk memulai usaha dimana sifat kompetensi wirausaha mengindikasikan sebagai konsep penting untuk meningkatkan kewirausahaan (Hayton & Kelley, 2006).

Kompetensi pelaku wirausaha memainkan peran yang semakin signifikan dalam kesuksesan UMKM. Kompetensi Kewirausahaan dimensi *strategic* dan *commitment* memiliki hubungan positif dengan orientasi kewirausahaan. Kompetensi pemilik/manajer berpengaruh sangat kuat terhadap dimensi *innovativeness*. Berbeda dengan dimensi *risk taking* yang menunjukkan kurang dipengaruhi oleh kompetensi (Wickramaratne et al., 2014). Kompetensi kewirausahaan dapat mendorong para manajer lebih proaktif dalam mencapai tujuan perusahaan (Ibidunni, et al., 2018).

Temuan empiris yang sebaliknya dikemukakan oleh Al Mamun & Fazal (2018) bahwa kreativitas dan inovasi, proaktif dan otonomi sebagai dimensi dari orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kompetensi kewirausahaan. Demikian pula dengan Aisyah, et al. (2017) yang membuktikan bahwa kompetensi kewirausahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh orientasi kewirausahaan. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan temuan Wickramaratne, Ibidunni dan Aisyah, sehingga perbedaan tersebut menjadi celah bagi peneliti untuk mengetahui apakah hubungan diantara kedua variabel simetris atau asimetris.

Adanya persaingan yang semakin ketat akibat lingkungan bisnis yang mengalami perubahan begitu cepat telah memaksa para pelaku bisnis untuk memikirkan langkah terbaik untuk memenangkan persaingan. Upaya pemberdayaan UMKM tidak terbatas pada pasar lokal tetapi harus berani juga siap menghadapi pasar regional dan global. UMKM, sudah saatnya menciptakan peluang baru juga mampu dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang sesuai dengan konsep orientasi kewirausahaan (Lee & Peterson, 2000). Kecenderungan perusahaan dengan orientasi kewirausahaan tinggi akan lebih leluasa dalam bertindak serta selalu termotivasi untuk terus menerus melakukan pembaharuan (*innovativeness*), berani berisiko (*risk-taking*), dan bersikap proaktif (*proactiveness*).

Kewirausahaan kontemporer menekankan pentingnya suatu hal baru untuk inovasi bisnis mengacu pada proses kreatif (Schumpeter, 1936; Miller, 1983). Orientasi kewirausahaan mendefinisikan suatu perusahaan terlibat dalam inovasi pemasaran produk, melakukan risiko usaha, dan inovasi. Secara umum orientasi

kewirausahaan mengacu pada strategi manajemen dalam kaitannya dengan inovasi, keproaktifan, dan pengambilan risiko (Khandwalla, 1977; Miller, 1983; Covin & Slevin, 1989; Lumpkin & Dess, 1996). Orientasi kewirausahaan telah disarankan sebagai atribut penting bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerja (Covin & Slevin 1989; Lumpkin & Dess 1996, Dess et al. 1997; Lee & Peterson, 2000; Umar & Ngah, 2014).

Hasil penelitian terdahulu menjelaskan adanya hubungan signifikan antara kompetensi kewirausahaan dengan kinerja (Baum et al., 2001; Karami, 2004; Man & Lau, 2008; Hormiga et al., 2010; Sarwoko et al. 2013; Mohamad & Sidek, 2013; Tanoira & Valencia, 2014; Adryan & Putri, 2015; Barazandeh et al., 2015; Dharmayantie & Fauzan, 2017). Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lopa & Bose (2014) dan Sulaeman et.al (2015) yang menunjukkan kompetensi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Penelitian sebelumnya mayoritas menggunakan dimensi yang dikemukakan Man et al (2002), yaitu *Opportunity Competencies*, *Relationship Competencies*, *Conceptual Competencies*, *Organizational Competencies*, *Strategic Competencies*, dan *Learning Competencies*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dimensi yang diadopsi dari Kuriloff, et al (1993), meliputi: *Technical competence*, *Marketing competence*, *Financial competence*, dan *Human relation competence* dimana keempat dimensi tersebut merupakan kemampuan utama wirausaha untuk mencapai keberhasilan usaha. (Suryana, 2014), juga mengacu pada hasil penelitian Herlinawati & Riyandi (2017), dimana rendahnya kinerja UMKM karena terkendala lemahnya kemampuan manajerial, pemasaran, produksi dan pengelolaan keuangan.

Untuk menciptakan peluang baru, seorang wirausaha diharapkan mempunyai kemampuan menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang sesuai dengan konsep orientasi kewirausahaan (Lee & Peterson, 2000). Perusahaan yang cenderung memiliki tingkat orientasi kewirausahaan yang lebih tinggi akan bertindak secara independen serta terdorong untuk selalu melakukan keinovasian (*innovativeness*), keproaktifan (*proactiveness*), dan berani mengambil risiko (*risk-taking*) (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1989).

Hasil penelitian mengenai orientasi kewirausahaan pada umumnya menggunakan dimensi keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1989; Rauch et al., 2009). Temuan empiris juga menunjukkan bahwa perusahaan yang berorientasi kewirausahaan mempunyai kinerja yang lebih baik dibanding perusahaan yang tidak berorientasi kewirausahaan (Covin dan Slevin, 1989; Lee, SM et al., 2001; Wiklund & Shepherd, 2005; Rauch et al., 2008; Cox & Camp, 2009; Lee, SM & Seongbae Lim, 2009; Fairuz, FM et al, 2010; Callaghan & Venter, 2011; Ricardo & Rodriquesh, 2012; Campos e.al, 2012, Amin, 2015; Babu & Manalel, 2016; Ajayi, Busayo, 2016; Wardi, et al., 2017).

Temuan lainnya, menunjukkan lemahnya hubungan orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan (Zahra, 1991; Lumpkin & Dess, 2001; Dimitratos et al 2004), khususnya keinovasian dan pengambilan risiko (Kraus, S et al, 2012). Bahkan Covin et al (1994), George et al (2001), dan Effendi et.al (2013) tidak menemukan hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM. Demikian pula temuan Hermann et al (2010) bahwa orientasi kewirausahaan memiliki hubungan negatif dengan kinerja bisnis. Adanya perbedaan temuan empiris kemungkinan karena adanya perbedaan konteks dan karakteristik industri, sehingga mendorong adanya penelitian lebih lanjut.

Pada penelitian ini, peneliti mengadopsi keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko sebagai indikator orientasi kewirausahaan (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1989; Rauch et al., 2009) dan menambahkan satu indikator keagresifan (Lumpkin dan Dess, 1996, 2005), dengan pertimbangan penyebab rendahnya kinerja UMKM karena kalah bersaing (Machmud, 2009, 2017). UMKM yang lebih agresif dalam bersaing untuk mengejar posisi unggulnya dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif itulah yang akan memenangkan persaingan.

UMKM yang mampu bertahan dalam persaingan bisnis apabila memiliki perilaku kewirausahaan seperti keproaktifan atau mampu dengan cepat merespon ancaman dan memanfaatkan peluang pasar yang tersedia. Berani mengambil risiko atas peluang bisnis dan terus melakukan inovasi atas produk yang diberikan bagi pelanggannya.

Perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat, inovasi menjadi penting bagi keberlangsungan perusahaan. Inovasi merupakan indikator keberhasilan memenangkan persaingan. Inovasi akan membawa organisasi kedalam dimensi kinerja baru dan menjadi penting untuk semua aspek operasi serta sistem dan proses kerja, sehingga inovasi merupakan bagian dari budaya belajar (Suryana, 2014). Kemampuan berinovasi merupakan salah satu karakter wirausahawan yang sangat penting (Larsen & Lewis, 2007). Kreativitas dan inovasi mempunyai peranan penting untuk pertumbuhan kinerja organisasi di pasar global (Craven & Piercy, 2009).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis (Rosenbusch, et al, 2011; Wang, et al, 2011, Hadiyati, 2011; Atalay & Sarvanc, 2013; Price et.al, 2013; Welsch, 2013; Rosli & Sidek, 2013). Temuan lainnya menunjukkan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis (Ardyan & Putri, 2015), juga tidak semua indikator inovasi berpengaruh terhadap kinerja. Inovasi produk tidak berpengaruh sedangkan inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi mempengaruhi kinerja (Hamali, et al, 2016). Perbedaan temuan hubungan dimensi inovasi dengan kinerja menjadi celah bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Terdapat beberapa dimensi untuk mengukur inovasi, diantaranya Wang et al (2011) menggunakan lima dimensi inovasi, yaitu: produk, proses, pasar, perilaku dan strategik. OECD Oslo Manual (2005, 2010), menggunakan empat dimensi, yaitu: produk, proses, pemasaran, dan organisasi. Sementara Fontana (2009, 2011) menggunakan tiga dimensi, yaitu: produk, proses, dan distribusi. Penelitian sebelumnya pada industri pengolahan cenderung menggunakan dimensi inovasi produk dan belum banyak yang menggunakan inovasi proses dan distribusi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga dimensi, yaitu: inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi distribusi (Wang et al, 2011; OECD, 2005, 2010; Fontana, 2009, 2011), dimana masing-masing dimensi berpotensi dalam menghasilkan nilai tambah dan daya saing sehingga kinerja UMKM menjadi unggul.

Kinerja bisnis pada penelitian ini menggunakan konsep *Balanced Scorecard* meliputi empat perspektif: (1) Perspektif Finansial, (2) Perspektif

Pelanggan, (3) Perspektif Proses Bisnis Internal, dan (4) Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (Kaplan dan Norton, 1992, 1996; Neely et al, 2004). Penggunaan perspektif tersebut untuk membedakan konsep pengukuran kinerja bisnis terutama dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM yang selama ini diukur berdasarkan perspektif finansial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mempertegas perbedaan dengan penelitian sebelumnya.

Mengacu pada teori dan berbagai temuan penelitian sebelumnya menunjukkan hingga saat ini belum diperoleh penjelasan yang menyeluruh pola pemberdayaan UMKM melalui validasi teori kewirausahaan. Peneliti mengestimasi kompetensi kewirausahaan merupakan faktor kompeten dalam membangun model konseptual kinerja bisnis. Kompetensi kewirausahaan melalui peningkatan keahlian dan kemampuan yang seimbang berdampak terhadap penguatan orientasi kewirausahaan dan peningkatan inovasi serta berpengaruh terhadap peningkatan kinerja bisnis, yang dimaknai teori kewirausahaan dapat diimplementasikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, *research gap* dan *theory gap*, dapat diidentifikasi banyak faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis diantaranya: Orientasi kewirausahaan, Inovasi, Pembelajaran dan organisasi, Orientasi pasar, Kemampuan pemasaran, Lingkungan eksternal, Strategi bisnis, Sumber daya perusahaan, Kemampuan manajemen, Kesadaran moral, Transfer pengetahuan, Kompetensi kewirausahaan, dan Akses keuangan.

Pengembangan dan pemberdayaan UMKM pada penelitian ini lebih diarahkan pada: (1) peningkatan kinerja bisnis baik finansial maupun non finansial; (2) Peningkatan kompetensi dan penguatan karakteristik pelaku usaha; dan (3) Peningkatan nilai tambah melalui inovasi produk, proses dan distribusi

Adanya kesenjangan hasil penelitian dipersepsikan oleh peneliti karena adanya perbedaan dalam pengukuran variabel kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja bisnis serta subjek yang diteliti, sehingga penelitian lanjutan menjadi celah untuk pengujian terhadap ketidakkonsistenan temuan tersebut. Selain itu belum ada penelitian yang meneliti

keempat objek kajian tersebut secara bersamaan, khususnya UMKM sektor industri pengolahan sehingga perlu kejelasan dan pembuktian secara generalisasi apakah kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi merupakan prediktor yang kuat terhadap peningkatan kinerja bisnis UMKM, khususnya pada sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.

Mengacu pada uraian di atas, peneliti membatasi permasalahan pada pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja bisnis pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat?
2. Apakah terdapat pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap orientasi kewirausahaan pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat?
3. Apakah terdapat pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat?
4. Apakah terdapat pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap inovasi pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat?
5. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi pada UMKM pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat?
6. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat?
7. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis hubungan antar variabel beserta dimensi dan indikator yang ada pada model penelitian yang dikembangkan mengenai kompetensi kewirausahaan (*entrepreneurial competencies*), orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*), inovasi (*innovation*), dan kinerja bisnis (*business performance*).

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk membangun model konseptual dengan mendeskripsikan dan membuktikan secara empirik mengenai:

Erna Herlinawati, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN INOVASI

Universitas Pendidikan Indonesia repository.upi.edu Perpustakaan.upi.edu

1. Gambaran kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja bisnis pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.
2. Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap orientasi kewirausahaan pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.
3. Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.
4. Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap inovasi pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.
5. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.
6. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.
7. Pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis pada UMKM sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil temuan pada penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi model konseptual bagi kemajuan dan pengembangan pengetahuan disiplin ilmu Kewirausahaan.
 - b. Penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dalam memperkaya hasil temuan terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis.
 - c. Penelitian ini dapat menjelaskan inkonsistensi temuan empiris sehingga lebih memperkuat teori kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangsih saran bagi para praktisi di lapangan, diantaranya pelaku UMKM, Lembaga Pembiayaan, Akademisi dan Pemerintah sebagai pengambil kebijakan dalam mengatasi permasalahan rendahnya kinerja bisnis UMKM di Indonesia, khususnya sektor Industri Pengolahan di Jawa Barat.