

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN DI SURABAYA

Elia Quantananda dan Bambang Haryadi

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: elia10228@yahoo.com ; harya@peter.petra.ac.id

Abstrak— Di era globalisasi seperti sekarang ini, pembangunan usaha khususnya di bidang industri makanan dan minuman berlangsung cepat. Banyak bermunculan usaha – usaha baru khususnya produsen dalam industri makanan dan minuman baik dalam skala kecil, menengah, hingga skala besar, oleh karena itu selaku pengusaha yang bergerak dalam industri makanan dan minuman harus memperhatikan variabel - variabel yang berpengaruh terhadap kinerja bisnis perusahaannya. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dimensi – dimensi dalam orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis perusahaan, baik secara serentak maupun secara parsial. Selain itu penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh pada kinerja bisnis perusahaan - perusahaan yang bergerak dalam industri makanan dan minuman di Surabaya. Metode pengolahan data menggunakan validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisa statistik deskriptif, sedangkan metode analisis data yang dipakai adalah teknik korelasi *pearson* dan analisis regresi berganda. Data yang diaolah didapat dari hasil survey melalui kuesioner. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ketiga dimensi yaitu inovatif, proaktif, dan *risk taking* memiliki pengaruh pada kinerja bisnis perusahaan. Terutama dalam aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, dan aspek pemasaran.

Kata Kunci—Orientasi Kewirausahaan, Inovatif, Proaktif, *Risk Taking*, Kinerja Bisnis

I. PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang terjadi saat ini sedang berkembang dengan pesat, khususnya di Indonesia. Tercatat Indeks Tendensi Bisnis atau Indeks tingkat optimisme wirausaha di Indonesia meningkat di akhir tahun 2013. Tercatat pada awal tahun 2013 Indeks Tendensi Bisnis di Indonesia berada pada level 102,43 dan pada akhir tahun 2013 meningkat pada level 105,29. (Badan Pusat Statistik, 2013).

Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis. (Lee & Peterson, 2000; Gupta, Mcmillan & surie, 2004; Prieto, 2010). Orientasi kewirausahaan seorang pengusaha dianggap memiliki peranan yang signifikan dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan sehat. (Mahmood & Hanafi, 2013; Zainol & Ayadurai, 2011).

Hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja sebuah perusahaan telah menjadi subyek utama yang menarik untuk diteliti. (Arshad, Rasli, Afiza, & Zahariah, 2013) Sebuah perusahaan yang memiliki konsep orientasi kewirausahaan akan cenderung melakukan usahanya lebih baik

dibanding dengan perusahaan yang mengadopsi orientasi konservatif. (Rauch, Wiklund, Lumpkin & Frese, 2009; Wiklund & Shepherd, 2005).

Beberapa studi yang telah ada sebelumnya, menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan seorang pengusaha, secara signifikan dapat meningkatkan kinerja bisnis yang dijalankannya (Wiklund dan Shepherd, 2005; Chow, 2006; Coulthard, 2007). Namun terdapat juga penelitian yang mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memberikan hasil positif terhadap kinerja bisnis (Matsuno, Mentzer & Ozsomer, 2002 Morgan & Strong, 2003; Naldi, Nordqvist, Sjöberg, & Wiklund, 2007). Dengan demikian, dapat dikatakan orientasi kewirausahaan akan memiliki dampak langsung dan tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. karena tergantung pada lingkungan dan budaya yang berbeda (Zahra, 2008; Kellermanns, Eddleston, Barnet & Pearson, 2008). Hal inilah yang membuat mengapa hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan telah menjadi subyek utama yang menarik untuk diteliti.

Industri makanan dan minuman (*food and beverages industry*) di Jawa Timur khususnya di kota Surabaya sedang berkembang. Hal ini terbukti dari bermunculannya berbagai usaha - usaha baru kelas kecil dan menengah yang bergerak pada industri makanan dan minuman. Fenomena ini dapat terlihat dari pertumbuhan industri makanan tingkat menengah yang bermunculan yang meningkat sebesar 0,03% pada triwulan pertama tahun 2013. Sedangkan pertumbuhan bisnis makanan tingkat mikro dan kecil meningkat sebesar 10,76% pada triwulan pertama tahun 2013. (Badan Pusat Statistik, 2013). Dengan ini dapat dilihat bahwa industri makanan di Surabaya akan terus bertumbuh dan dapat meningkatkan daya saing antar perusahaan - perusahaan makanan yang ada di Surabaya. Sehingga, nantinya akan nampak perusahaan - perusahaan makanan dan minuman mana saja yang nantinya akan tetap bertahan dan akan terus berkembang. Lalu akan terlihat perusahaan – perusahaan mana yang nantinya akan kalah bersaing dengan kompetitor – kompetitor yang ada.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti ingin mengetahui apakah orientasi kewirausahaan seorang pengusaha dapat berpengaruh dengan kinerja sebuah bisnis yang dijalankannya.

Orientasi kewirausahaan digambarkan sebagai keterlibatan sebuah perusahaan atau sebuah bisnis memasuki pasar yang baru (Lumpkin & Dess, 2001, Lee & Peterson, 2000). Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu fenomena organisasi yang mencerminkan kemampuan manajerial mereka, sebagaimana perusahaan memulai untuk berinisiatif dan mengubah tindakan kompetitif mereka sehingga dapat menguntungkan bisnis yang dijalankannya. (Avlontis & Salavou,

2007). orientasi kewirausahaan digambarkan sebagai keterlibatan sebuah perusahaan atau sebuah bisnis memasuki pasar yang baru (Lumpkin & Dess, 2001, Lee & Peterson, 2000). Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu fenomena organisasi yang mencerminkan kemampuan manajerial mereka, sebagaimana perusahaan memulai untuk berinisiatif dan mengubah tindakan kompetitif mereka sehingga dapat menguntungkan bisnis yang dijalankannya. (Avlontis & Salavou, 2007).

Berdasarkan penelitian – penelitian terkini, disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan terbagi atas 3 Dimensi, antara lain (Marques *et al*, 2011; Kobia & Sikalich, 2010; Covin *et al*.2006; Wiklund & Shepherd, 2005; Krauss *et al*, 2005; Hisrich *et al*, 2004; Kreiser, Marino, & Weaver, 2002; Lumpkin & Dess, 2001) :

1. Inovatif

Inovatif mencerminkan kecenderungan seorang *entrepreneur* untuk memunculkan dan merealisasikan ide – ide baru, mencoba cara – cara baru yang berbeda dari yang ada sebelumnya serta antusiasme untuk mengadopsi ide – ide baru atau metode baru untuk bisnis mereka, lalu menerapkan inovasi tersebut dalam operasional bisnis mereka. (Lumpkin & Dess, 2001; Wiklund & Shepherd, 2005). Dalam usaha menjadi sebuah bisnis yang inovatif, diperlukan beberapa faktor penunjang sebagai indikator, bahwa bisnis tersebut telah memiliki dimensi inovatif dalam orientasi kewirausahaan. Faktor - faktor tersebut antara lain (Weerawardena, 2003; Lumpkin & Dess, 2001; Wiklund & Shepherd, 2005) : inovasi produk, inovasi proses, inovasi manajerial, dan inovasi pemasaran.

2. Proaktif

Sikap Proaktif seorang pengusaha mencerminkan proses dalam mencari peluang baru yang muncul dengan mengembangkan, memperkenalkan, serta membuat perbaikan terhadap produk ataupun jasa yang dipasarkannya. (Lumpkin & Dess, 2001; Kobia & Sikalich, 2010; Kreiser *et al*, 2002). Sikap Proaktif juga menyangkut sebagaimana pentingnya inisiatif dalam proses kewirausahaan. Dalam usaha menjadi sebuah bisnis yang Proaktif, di perlukan beberapa faktor penunjang sebagai indikator, bahwa bisnis tersebut telah memiliki dimensi Proaktif dalam Orientasi Kewirausahaan. Faktor - faktor tersebut antara lain (Crant, 2000; Lumpkin & Dess, 2001; Kreiser *et al*, 2002; Kobia & Sikalich, 2010) : Identifikasi peluang, antisipasi terhadap perubahan permintaan dimasa mendatang, menyusun tindakan strategis agar mencapai tujuan, dan tindak lanjut dari eksekusi bisnis.

3. Risk Taking

Risk Taking atau pengambilan resiko merupakan suatu tindakan seorang *entrepreneur* yang memiliki kesediaan atau kemauan untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk dapat menjalankan suatu pekerjaan walaupun tanpa adanya kepastian hasil yang akan didapat. (Lumpkin & Dess, 2001; Kobia & Sikalich, 2010). Dalam usaha menjadi pelaku sebuah bisnis yang berani mengambil resiko atau *risk taking*, di perlukan beberapa faktor penunjang sebagai indikator bahwa pelaku bisnis tersebut telah memiliki dimensi *Risk Taking* dalam Orientasi Kewirausahaan. Faktor - faktor Tersebut antara lain (Envick and Langford, 2000; Wiklund and Sheperd,2005; Kobia & Sikalich, 2010) : Kecenderungan pengambilan resiko, intensitas melakukan eksplorasi, toleransi

terhadap kesalahan pegawai, dan menerima resiko kerugian finansial.

Kinerja bisnis merupakan indikator untuk mengetahui sudah sejauh mana kegiatan bisnis yang dijalankannya tepat pada sasaran atau tujuannya (Lin & Kuo, 2007). Atau dengan kata lain kinerja bisnis adalah hasil atau tingkat keberhasilan perusahaan secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam proses bisnis. Lalu hal ini dikaitkan dengan aspek – aspek yang terdapat dalam kinerja bisnis (Nelly *at al*, 2003). Aspek - aspek tersebut antara lain ; aspek keuangan dengan indikator *profit dan asset* perusahaan, aspek sumber daya manusia dengan indikator Jumlah pegawai dan produktivitas kerja pegawai, dan aspek pemasaran dengan indikator *omzet* penjualan dan frekuensi terjadinya perubahan produk.

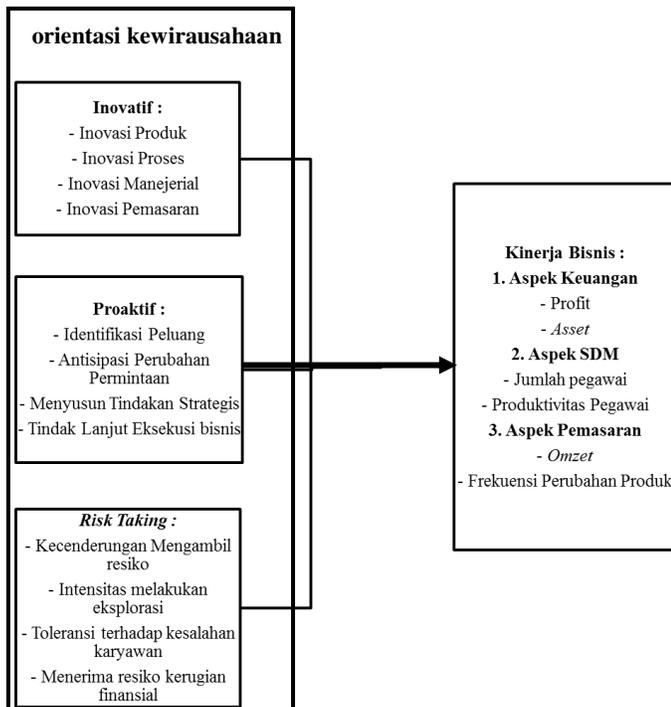
Hubungan antara kinerja perusahaan dan Orientasi Kewirausahaan telah menjadi subyek utama yang menarik di literatur yang telah ada sebelumnya. perusahaan yang mengadopsi dimensi di dalam Orientasi Kewirausahaan, akan menjalankan usahanya lebih baik daripada perusahaan yang mengadopsi orientasi konservatif. (Rauch, Wiklund, Lumpkin dan Frese 2009).). Banyak studi yang menyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan kinerja bisnis memiliki implikasi yang positif antara satu sama lain. Yang artinya Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. (Jantunen, Puumalainen, Saarenketo, dan Kylaheiko, 2005; Chow, 2006; Coulthard, 2007; Wiklund, 1999; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005; Zahra, 1991; Madsen, 2007).

Orientasi Kewirausahaan akan memiliki dampak langsung dan tidak langsung terhadap Kinerja perusahaan. Hal ini tergantung pada lingkungan yang berbeda (Zahra, 2008; Kellermanns, Edinburgh, Barnet & Pearson, 2008; Lumpkin & Dess, 2001). Dampak tersebut dapat terlihat dari subdimensi yang terdapat dalam Orientasi Kewirausahaan. Sehingga hal ini dapat menyebabkan munculnya teori-teori baru yang akan berkembang. Maka dari itu model multidimensi dengan ketiga subdimensi yang dijelaskan di atas akan diuji. Setelah itu efek dari subdimensi dalam Orientasi Kewirausahaan akan memudahkan menilai efek gabungan dari ketiga dimensi tersebut sebagai suatu kesatuan Orientasi Kewirausahaan. Hal ini dapat mendorong perusahaan untuk memperbaiki kinerjanya secara Umum. (Covin *et al*, 2006; Lumpkin dan Dess 2001; Rauch *et al*. 2009). Dari waktu ke waktu perusahaan diharapkan agar mengembangkan keterampilan. Misalnya; kemampuan untuk mengelola resiko, kemampuan untuk berinovasi untuk memenuhi kebutuhan, munculnya peluang dan ancaman, kemampuan untuk mengantisipasi arah dan sifat perubahan pasar dan kemampuan untuk mentoleransi resiko. Sehingga perusahaan akan semakin terpacu untuk lebih meningkatkan kinerja bisnisnya. Sejalan dengan penelitian yang telah ada sebelumnya, diharapkan bahwa ketiga dimensi Orientasi Kewirausahaan, dapat berpengaruh positif terkait dengan kinerja bisnis. (Covin *et al*, 2006; Rauch *et al*, 2009). Dengan ini dapat dikatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan kinerja bisnis suatu perusahaan. Terutama dalam hal pengevaluasian kinerja sebuah perusahaan, dengan harapan perusahaan dapat menuju ke arah perkembangan yang positif.

Rumusan Masalah:

Apakah Orientasi Kewirausahaan dari pemilik perusahaan dapat mempengaruhi Kinerja Bisnis?

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka berpikir pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis

Hipotesis:

1. Dimensi Inovatif secara positif berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis.
2. Dimensi Proaktif secara positif berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis.
3. Dimensi Risk Taking secara positif berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu menggunakan uji perhitungan statistik dari data penelitian dan dalam penelitian bertujuan untuk berupaya mengetahui hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan kinerja perusahaan pada industri makanan dan minuman di Surabaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kusioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2008). Kuesioner adalah “daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden” (Kriyantono, 2008). Dalam penelitian ini, Peneliti akan menggunakan model skala Likert.

Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini dipergunakan variabel-variabel yang akan dijabarkan sebagai berikut:

Orientasi kewirausahaan merupakan hal yang memungkinkan atau tidaknya bagi perusahaan untuk mencoba menemukan dan mengembangkan pemimpin yang bersifat *entrepreneurial* di dalam perusahaan. Bertindak sebagai variabel independen (X), memiliki dimensi – dimensi antara lain : inovatif, proaktif, dan *risk taking*.

Dimensi inovatif memiliki indikator - indikator : Senantiasa mencari ide – ide baru tentang produk, senantiasa mencari ide – ide baru tentang proses dalam menghasilkan produk, senantiasa mencari ide – ide baru tentang keorganisasian, senantiasa mencari ide – ide baru dalam memasarkan produk. Dimensi proaktif memiliki indikator – indikator : Mampu mengidentifikasi peluang yang akan datang pada bisnis yang dijalankannya, mampu untuk mengantisipasi perubahan permintaan yang akan terjadi di masa mendatang, Mampu menyusun tindakan strategis bagi bisnis yang dijalankannya agar mencapai tujuan, Mampu melakukan tindak Lanjut dari eksekusi bisnis yang telah dilaksanakan. Dimensi *risk taking* memiliki indikator – indikator : cenderung mengambil proyek – proyek atau tindakan – tindakan yang beresiko tinggi agar mencapai profit yang tinggi pula, mencoba hal – hal baru bagi perusahaan namun dengan intuisi yang diperhitungkan dan analisa yang mendalam, toleransi terhadap kesalahan pegawai saat mencoba hal – hal baru dalam melakukan proses operasional dalam perusahaan, Menerima resiko kerugian finansial.

Kinerja bisnis yang akan diteliti dalam penelitian adalah tiga aspek yang dapat menunjang keberlangsungan sebuah bisnis antara lain: Aspek Keuangan dengan indikatornya *profit* dan *Asset*, aspek sumber daya manusia dengan indikatornya jumlah pegawai dan produktivitas pegawai melalui jumlah volume produksi, serta aspek pemasaran dengan indikatornya *omzet* penjualan dan frekuensi terjadinya perubahan produk. Dimana variabel kinerja bisnis ini akan bertindak sebagai variabel (Y).

Pengukuran Variabel Orientasi Kewirausahaan

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel yang terdapat pada Orientasi Kewirausahaan yaitu inovatif, proaktif, dan *risk taking* akan menggunakan pengukuran skala likert. Yang dimana responden akan menjawab menjawab poin-poin indikator. yaitu: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = agak setuju, 4 = setuju, 5 = sangat setuju.

Pengukuran Variabel Kinerja Bisnis

Dalam mengukur kinerja bisnis suatu perusahaan digunakan *compounded annual growth rate* (CAGR). Dengan rumus sebagai berikut :

$$CAGR = \left[\frac{Y1}{Y0} \right]^{\frac{1}{4}} - 1 \tag{1}$$

Dimana:

Y1 = Nilai Akhir (Indikatornya adalah tahun 2013)

Y0 = Nilai Awal (Indikatornya adalah tahun 2011 & 2012)

Obyek Penelitian dan Subyek Penelitian

Adapun Obyek penelitian dalam penelitian ini, Dimensi - dimensi dalam Orientasi Kewirausahaan. Yaitu : inovatif, proaktif , dan *risk taking* dari para pemilik bisnis yang bergerak pada industri makanan dan minuman di Surabaya. Serta Kinerja bisnis dari perusahaan makanan dan minuman tersebut. Adapun Subyek Penelitian dari penelitian ini adalah

para pemilik bisnis dalam industri makanan dan minuman di Surabaya khususnya para pemilik UMKM yang bergerak pada industri makanan dan minuman yang tersebar di wilayah kecamatan rungkut dan terlibat dalam pembinaan UMKM di Surabaya dalam program pembinaan masyarakat UK Petra.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah 45 UMKM yang bergerak pada industri makanan dan minuman yang terlibat dalam pembinaan UMKM di Surabaya dalam program Pengabdian masyarakat UK petra. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Random Sampling Method*. Yaitu, teknik pengambilan keputusan secara acak namun disertai beberapa kriteria – kriteria. Kriteria tersebut adalah Memiliki omzet > Rp 15.000.000,- per tahun, Memiliki Karyawan > 2 orang namun < 10 orang, Berada di Wilayah Kecamatan Rungkut, Usaha telah berdiri selama minimal 5 tahun, Asset yang dimiliki saat ini < Rp 100.000.000. Dengan menggunakan kriteria – kriteria diatas, dan dengan mengambil sampel sebanyak 50% dari 45 UMKM makanan dan minuman yang terlibat dalam pembinaan UMKM pada program pengabdian masyarakat UK Petra, jumlah sampel yang tersedia dan sesuai dengan kriteria diatas adalah sebanyak 23 sampel UMKM yang bergerak pada industri makanan dan minuman. Seluruh sampel tersebut juga akan di uji melalui pengujian yang akan menunjukkan bahwa ke 23 sampel tersebut telah terdistribusi normal.

Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini sumber data primer akan diperoleh langsung dari pihak pertama atau subyek yang langsung berhubungan dengan penelitian dan berkaitan dengan jawaban dari hasil kuesioner. Yaitu 23 orang pemilik perusahaan yang pada industri makanan dan minuman di Surabaya. Di dalam data sekunder ini peneliti mengambil data dari buku-buku literatur, jurnal – jurnal, dan laporan mengenai perkembangan industri makanan dan minuman di Kota Surabaya yang didapat dari Badan Pusat Statistik dan Buku Profil UMKM binaan program pengabdian masyarakat UK Petra.

Teknik Analisis Statistik Deskriptif

Mean (rata – rata hitung) adalah alat pengukur rata – rata yang paling populer untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data. Dari hasil mean masing – masing indikator tersebut akan di kategorisasikan dalam skala interval. Untuk mengkategorisasikan kelas interval, digunakan terlebih dahulu persamaan berikut:

$$i = \frac{(N \max - N \min)}{Z} \tag{2}$$

$i = 0,8$

Dimana :

- i = interval
- N max = Nilai Maksimal
- N min = Nilai Minimal

Z = Jumlah kelas

Dari perhitungan diatas makan akan diperoleh angka 0,8 yang digunakan sebagai batasan untuk menganalisa indikator pada dimensi orientasi kewirausahaan, yaitu :

Tabel 1. Tabel kelas interval

Interval	Kategori
$1,00 \leq \text{mean} < 1,80$	sangat tidak setuju
$1,80 \leq \text{mean} < 2,60$	tidak setuju
$2,60 \leq \text{mean} < 3,40$	Agak setuju
$3,40 \leq \text{mean} < 4,20$	setuju
$4,20 \leq \text{mean} \leq 5$	Sangat setuju

Uji Validitas dan Realibilitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur apakah sah atau valid tidaknya suatu angket penelitian. kevalidan atau ketepatan uji dilakukan dengan mengkorelasikan masing – masing skor variabel dengan jumlah skor variabel, bila variabel mempunyai hubungan signifikan dengan totalnya maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak valid dan harus dikeluarkan dari item angket penelitian.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seorang responden terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan demikian reliabel adalah suatu keadaan di mana instrumen penelitian tersebut akan tetap menghasilkan data yang sama meskipun disebarkan pada sampel yang berbeda dan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6 (Ghozali, 2001, p.132). Adapun rumus reliabilitas adalah:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum - sj^2}{\sum - sx^2} \right] \tag{3}$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas alpha

K = Banyaknya item

Sj^2 = Varians skor item

Sx^2 = Varians skor total

Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji validitas variabel berikutnya dapat dilakukan dengan Uji Asumsi Klasik. uji ini dilakukan dengan tiga jenis pengujian yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak (Santoso, 2004). Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan varian dari residual pada model regresi (Ghozali, 2001). Multikoliniertas adalah suatu metode yang bertujuan untuk menguji asumsi dalam analisis regresi berganda. Uji Multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas (Santosa dan Ashari, 2005).

Uji Hipotesis

Uji Korelasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Pearson Correlation* yang merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisa ada tidaknya hubungan antara dua variable, yaitu hubungan antara hipotesis dengan variable.

Bila sudah ada hubungan antar indikator dan hipotesis, untuk melihat tingkat keeratan hubungan antar variable dapat diukur dengan menghitung besarnya koefisien korelasi (R) dengan interpretasi koefisien korelasi antara interval dan tingkat hubungannya sebagai berikut :

Tabel 2. Tabel interval tingkat hubungan

Interval	Kategori
0,01-0,199	Korelasi Sangat Lemah
0,20-0,399	Korelasi Lemah
0,40-0,599	Korelasi Cukup Kuat
0,60-0,799	Korelasi Kuat
0,80-1,00	Korelasi Sangat Kuat

Tingkat signifikansi antara kedua variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan di dalam penelitian ini, ditentukan melalui baris sig. (2-tailed). Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka hubungan yang terdapat pada r dianggap signifikan.

Untuk memperoleh kejelasan dan kepastian apakah ada hubungan tersebut berarti (meyakinkan) atau tidak berarti (tidak meyakinkan), dapat dilakukan Uji R dan Analisis Linier Berganda. Uji R pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat

Alat Bantu Analisa Penelitian

Teknik analisis data di dalam penelitian ini akan menggunakan program SPSS for windows *version 20*. Program ini adalah program, pengolah data statistik. Hal ini dipertimbangkan karena untuk mempercepat proses analisis dan diharapkan memberikan hasil yang akurat.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Gambaran deskriptif ini merupakan hasil dari survey yang dilakukan terhadap 23 pemilik UMKM yang memproduksi produk makanan dan minuman, dengan cara pengisian kuesioner. Perusahaan – perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang termasuk dalam program pengabdian masyarakat UK Petra, yaitu pembinaan bisnis UMKM di kecamatan rungkut. Secara garis besar, gambaran deskriptif dari demografi pemilik perusahaan dapat kita lihat dari analisis – analisis berikut ini.

Sebagian besar responden dalam penelitian ini didominasi oleh kaum perempuan, yaitu sebanyak 15 orang dari total 23 orang responden. Dari 15 orang kaum perempuan tersebut sebagian besar merupakan lulusan SLTA yaitu sebanyak 8 orang responden perempuan. Berdasarkan dari hasil tabulasi diatas didapatkan fakta bahwa hanya kaum dari jenis kelamin perempuan saja yang terdapat telah menyelesaikan pendidikan hingga mencapai S1 dari antara 23 responden tersebut. Dimana terdapat 5 orang pemilik UMKM responden berjenis kelamin perempuan yang menyelesaikan pendidikan hingga S1. Sedangkan dari sebanyak 8 orang responden berjenis kelamin laki – laki, tidak ada satupun yang menyelesaikan

pendidikan hingga perguruan tinggi. Analisis tersebut dapat dilihat di dalam tabel berikut ini. seluruh responden yang berusia 25 – 30 tahun menyelesaikan pendidikannya hingga tingkat Sarjana atau S1. Hal ini disebabkan pada generasi yang baru perkuliahan merupakan hal yang penting untuk ditempuh dan mulai mudah untuk dijangkau, karena semakin banyaknya perguruan tinggi dan perguruan tinggi juga semakin memberikan harga biaya yang terjangkau. Berbeda ketika di zaman generasi para pemilik usaha yang berusia diatas 30 tahun. Karena ketika zaman generasi itu jumlah perguruan tinggi yang ada khususnya di Surabaya masih belum banyak dan biaya pendidikan yang belum terjangkau bagi beberapa orang di masa itu.

Tabel 3. Tabel Tabulasi silang pendidikan menurut jenis kelamin dan usia

Pendidikan Terakhir responden	Jenis Kelamin Responden		Usia Responden	
	Laki - Laki	Perempuan	25 - 30 tahun	> 30 tahun
SD	3	1	0	4
SMP	3	1	0	4
SLTA	2	8	0	10
S1	0	5	2	3
Total	8	15	2	21

Analisis Dimensi – Dimensi Orientasi Kewirausahaan

Tabel 4. Tabel Deskriptif Dimensi – Dimensi Dalam Orientasi Kewirausahaan dari Pemilik Usaha

Dimensi	Mean	Std. Deviation
Orientasi Kewirausahaan		
Inovatif	3,95	0,778
Proaktif	3,79	0,858
Risk Taking	3,90	0,673

Dari tabel 4 diatas terlihat bahwa Dimensi Orientasi Kewirausahaan yaitu dimensi inovatif, proaktif, dan *risk taking* masing – masing secara berurutan memiliki nilai mean sebesar 3,95; 3,79; dan 3,90 yang artinya responden yang pemilik usaha yang bergerak pada industri makanan dan minuman menyatakan setuju jika mereka memiliki orientasi kewirausahaan dalam menjalankan kinerja bisnisnya. Sehingga dari hasil deskripsi diatas menghasilkan apapun latar belakang pengusaha baik dari segi usia, jenis, kelamin, maupun latar belakang pendidikan pemilik usaha cenderung setuju jika dirinya memiliki dimensi – dimensi dalam orientasi kewirausahaan dalam menjalankan bisnis mereka.

Analisis Kinerja Bisnis pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Surabaya

Profit perusahaan makanan dan minuman di tahun 2013 rata – rata mencapai Rp 245.140.434,78. profit perusahaan – perusahaan ini meningkat sebesar 5,67% di tahun 2012 dibanding tahun 2011, dan meningkat sebesar 12,8% di tahun 2013 di banding profit di tahun 2012. Rata – rata total asset yang dimiliki perusahaan makanan dan minuman sebesar Rp 15.559.521,74. Terjadi peningkatan asset sebesar 6,14% di tahun 2012 dan sebesar 11,5% di tahun 2013.

Jumlah pegawai tahun 2013 menghasilkan mean sebesar 4 Artinya rata – rata masing – masing UMKM makanan dan minuman ini memiliki 4 orang pegawai ditahun 2013.

Sedangkan rata – rata persentase jumlah pegawai tahun 2011 dibanding tahun 2013 mencapai 77,24%. Sementara itu di tahun 2012 rata – rata persentase jumlah pegawai tahun 2012 dibanding tahun 2013 mencapai 89,23%. rata – rata volume produksi perusahaan makanan dan minuman di tahun 2013 mencapai 101.344,35 unit. Sedangkan rata – rata persentase volume produksi tahun 2011 mencapai 84,29% dari tahun 2013. Di tahun 2012 persentase volume produksi perusahaan makanan dan minuman mencapai 89,19% dari total rata – rata volume produksi tahun 2013. Terjadi peningkatan volume produksi sebesar 4,9% di tahun 2012 dan sebesar 10,81% di tahun 2013. Berdasarkan analisa ini dapat dikatakan diatas kinerja bisnis pada Aspek Sumber Daya Manusia meningkat dari tahun ketahun. Dilihat dari jumlah pegawai yang tidak berkurang dari tahun dan justru bertambah serta dari volume produksi yang terus meningkat.

Omzet penjualan perusahaan makanan dan minuman di tahun 2013 rata – rata mencapai Rp 330.977.521,74. Omzet perusahaan – perusahaan ini meningkat sebesar 6% di tahun 2012 dibanding tahun 2011, dan meningkat sebesar 12,66% di tahun 2013 di banding profit di tahun 2012. Rata – rata frekuensi terjadinya perubahan produk yang dilakukan perusahaan makanan dan minuman dilakukan sebanyak 1,26 kali. Atau sebanyak 1 kali dalam satu tahun.

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Berdasarkan Uji Validitas dan Realibilitas, telah terbukti masing – masing variabel pada penelitian ini layak untuk dikorelasikan. Karena setiap variabel memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* diatas 0,3. Setiap variabel yang ada juga dinyatakan Reliabel karena setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6. Yang artinya setiap variabel telah layak untuk diteliti lebih lanjut dan Variabel Independen (Dimensi Orientasi Kewirausahaan) akan dikorelasikan Variabel Dependen (Aspek dalam Kinerja Bisnis).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Selain melakukan uji Validitas Dan Realibilitas juga dilakukan uji asumsi klasik dengan melakukan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan multicolieritas. Hasil uji normalitas dilakukan dengan *one-sample Kolmogorov-Smirnov test* yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,472. Artinya data residual berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikansi diatas 0,05. Sedangkan pada uji heteroskedastisitas menghasilkan nilai signifikansi masing – masing diatas 0,05 pada setiap Dimensi dalam Orientasi Kewirausahaan yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada Dimensi – Dimensi dalam Orientasi Kewirausahaan. Pada uji multicolieritas menunjukkan hasil nilai tolerance diatas 0,05 yang berarti setiap Dimensi – Dimensi dalam Orientasi Kewirausahaan juga terdapat tidak terjadi Heteroskedastisitas. Seluruh hasil lengkap dari Uji Asumsi klasik diatas dapat dilihat pada lampiran 8 mengenai Uji Asumsi pada Dimensi orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis. Berdasarkan uji Validitas, Realibilitas dan Uji asumsi klasik diatas maka selueurh variabel dalam penelitaian ini dalam dilanjutkan kepada hubungan korealsi antara variabel dalam kinerja bisnis dengan Dimensi – dimensi dalam orientasi kewirausahaan. Disamping itu hasil dari pengujian – pengujian dalam uji asumsi klasik ini juga menguatkan bahwa sampel yang dipilih dengan jumlah 23 sampel tersebut telah terdistribusi normal.

Analisis Pengaruh Dimensi Inovatif terhadap Aspek – Aspek Kinerja Bisnis

Tabel 5. *Pearson Correlation* pada Dimensi Inovatif

Aspek Kinerja Bisnis	Inovatif	
	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>
Aspek Keuangan	0,060	0,786
Aspek SDM	0,049	0,826
Aspek Pemasaran	0,132	0,548

Berdasarkan hasil analisa diatas dapat dilihat bahwa Dimensi Inovatif dalam Orientasi Kewirausahaan memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap setiap aspek – aspek dalam kinerja bisnis. Namun hubungan yang dimiliki antara Dimensi Inovatif dengan aspek – aspek dalam kinerja bisnis tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Hal ini terlihat dari nilai nilai signifikansi korelasi *Pearson* antara Dimensi Inovatif dengan aspek keuangan sebesar 0,786, juga dengan aspek SDM yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,826, Demikian pula dengan dengan aspek Pemasaran yang menunjukkan nilai signifikasni sebesar 0,548. Tingkat keeratan korelasi antar indikator ini juga tergolong sangat lemah karena nilai koefisien *pearson* yang dihasilkan masing – masing Aspek dengan Dimensi Inovatif menunjukkan angka koefisien kurang dari 0,2. Yaitu dengan nilai koefisien sebesar 0,060 terhadap aspek keuangan, 0,049 terhadap aspek SDM dan 0,132 terhadap Aspek Pemasaran.

Analisis Pengaruh Dimensi Proaktif terhadap Aspek – Aspek Kinerja Bisnis

Tabel 6. *Pearson Correlation* pada Dimensi Proaktif

Aspek Kinerja Bisnis	Proaktif	
	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>
Aspek Keuangan	-0,151	0,491
Aspek SDM	0,027	0,902
Aspek Pemasaran	0,051	0,816

Berdasarkan hasil analisa diatas dapat dilihat bahwa tidak semua aspek - aspek dalam kinerja bisnis memiliki korelasi positif dengan Dimensi Proaktif. Hal ini terlihat dari nilai koefisien *pearson* antara Dimensi Proaktif dengan Aspek keuangan menunjukkan nilai negatif yaitu sebesar -0,151. Tentu saja tingkat keeratan yang dimiliki kedua indikator ini memiliki hubungan yang tidak signifikan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,491. Namun hubungan yang dimiliki antara Dimensi Proaktif dengan Aspek SDM dan Aspek Pemasaran memiliki hubungan korelasi, meskipun menghasilkan nilai koefisien *Pearson* yang lemah. Dimensi Proaktif memiliki nilai koefisien sebesar 0,027 terhadap Aspek SDM dan 0,051 terhadap Aspek Pemasaran. Tingkat keeratan korelasi antara Dimensi proaktif dengan aspek SDM dan aspek Pemasaran memiliki tingkat hubungan yang tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat pada tabel diatas dimana hubungan signifikansi Dimensi Proaktif dengan Aspek SDM menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,902 dan nilai signifikansi Dimensi Proaktif dengan Aspek SDM menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,816.

Analisis Pengaruh Dimensi Risk Taking terhadap Aspek – Aspek Kinerja Bisnis

Tabel 7. *Pearson Correlation* pada Dimensi *Risk Taking*

Aspek Kinerja Bisnis	Risk Taking	
	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>
Aspek Keuangan	0,242	0,266
Aspek SDM	0,072	0,745
Aspek Pemasaran	0,161	0,464

Aspek - aspek dalam kinerja bisnis memiliki korelasi positif dengan Dimensi *Risk Taking*. Hal ini terlihat dari nilai koefisien *pearson* antara Dimensi *Risk Taking* dengan Aspek SDM menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,072. Meskipun tingkat keeratan Dimensi *Risk Taking* dengan Aspek SDM memiliki hubungan yang tidak signifikan, dengan nilai signifikansi hanya mencapai sebesar 0,745. Namun hubungan yang dimiliki antara Dimensi *Risk Taking* dengan Aspek Keuangan dan Aspek Pemasaran memiliki hubungan korelasi, meskipun menghasilkan nilai koefisien *Pearson* yang lemah. Dimensi *Risk Taking* memiliki nilai koefisien sebesar 0,242 terhadap Aspek Keuangan dan 0,161 Terhadap aspek Pemasaran. Tingkat keeratan korelasi antara Dimensi *Risk Taking* dengan aspek SDM dan aspek Pemasaran memiliki tingkat hubungan yang tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat pada tabel diatas dimana hubungan signifikansi Dimensi *Risk Taking* dengan Aspek Keuangan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,266.

Analisis Regresi pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis

Tabel 8. Tabel Uji R dan R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.461	.212	.088	3,2929

a. Predictors: (Constant), Risk Taking, Inovatif, Proaktif

Dari tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0.461 atau sebesar 46,1% menunjukkan korelasi yang cukup kuat antara Dimensi Kewirausahaan (Inovatif, Proaktif, Risk Taking) terhadap Kinerja Bisnis. Koefisien Determinasi berganda (R Square) dari tabel menunjukkan nilai 0,212. mengindikasikan bahwa kontribusi perubahan Dimensi Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap terhadap peningkatan Kinerja Bisnis perusahaan makanan dan minuman di Surabaya sebesar 21,2%. Sedangkan kontribusi faktor lainnya sebesar 78,8% terhadap Variabel Kinerja Bisnis.

Tabel 9 Tabel Analisa Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,423	0,473		0,89	0,38
Inovatif	0,368	0,197	0,830	1,87	0,07
Proaktif	0,182	0,246	0,454	0,74	0,46
Risk Taking	0,220	0,223	0,430	0,98	0,33

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 0,423. Serta nilai koefisien regresi Dimensi – dimensi Orientasi Kewirausahaan masing – masing, Dimensi Inovatif sebesar 0,368, Dimensi Proaktif sebesar 0,182, dan Dimensi *Risk Taking* sebesar 0,220. Berarti terjadi hubungan dan korelasi antara Dimensi – Dimensi dalam Orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis. Karena masing – masing dari Dimensi Orientasi Kewirausahaan memiliki nilai koefisien regresi diatas 0,05 yang berarti H0 diterima berarti ketiga hipotesis mendukung bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap Kinerja Bisnis perusahaan yang bergerak pada industri makanan dan minuman di Surabaya.

Pembahasan Analisa Dimensi – Dimensi dalam Orientasi Kewirausahaan

Berdasarkan analisa mengenai Dimensi – dimensi Orientasi Kewirausahaan yang dimiliki masing – masing memiliki usaha makanan dan minuman di Surabaya mengungkapkan bahwa sebagian besar pemilik usaha makanan dan minuman menyatakan bahwa diri mereka setuju jika mereka memiliki orientasi kewirausahaan dalam menjalankan bisnisnya. Artinya pemilik bisnis makanan dan minuman ini menyatakan masih setuju bahwa diri mereka benar – benar memegang nilai – nilai dimensi orientasi kewirausahaan tersebut. Tentunya hal seperti ini akan berdampak terhadap pengambilan keputusan, proses, praktek, dan perilaku dalam mengarahkan perusahaan untuk masuk kedalam pasar yang baru. Dari ketiga dimensi tersebut, terdapat satu dimensi orientasi kewirausahaan yang memiliki nilai mean hampir mencapai nilai 4 atau yang berarti pengusaha merasa setuju bahwa dirinya memiliki indikator – indikator dalam dimensi tersebut dalam menjalankan usahanya. Dimensi tersebut adalah dimensi inovatif yang memiliki nilai mean mencapai 3,95 atau hampir menyentuh angka 4, artinya pemilik usaha setuju bahwa diri mereka memiliki sikap – sikap dari indikator – indikator dalam dimensi inovatif dalam menjalankan usahanya. Artinya pemilik usaha merasa setuju jika diri mereka senantiasa melakukan inovasi produk, inovasi proses dalam menghasilkan produk, inovasi dalam menjalankan kegiatan manajerial, dan inovasi pemasaran.

Pembahasan Analisa Kinerja Bisnis pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Surabaya

Kinerja Bisnis perusahaan UMKM makanan dan minuman jika ditinjau dari Aspek Keuangannya, dapat terlihat dari Profit yang didapat perusahaan dan jumlah total asset yang dimiliki perusahaan. Apabila terjadi kenaikan Jumlah Profit yang diterima dari tahun ke tahun (tahun 2011 – 2013) dan pertambahan jumlah asset yang dimiliki dari tahun ke tahun (tahun 2011 -2013), maka kinerja Bisnis dari segi Aspek Keuangan perusahaan UMKM makanan dan minuman ini dinyatakan baik.

Secara garis besar kinerja bisnis perusahaan UMKM makanan dan minuman dari aspek keuangan mengalami peningkatan dari tahun 2011 sampai ke tahun 2013. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah profit yang diterima perusahaan meningkat dari tahun ketahun. Pada tahun 2012 profit perusahaan – perusahaan makanan dan minuman ini meningkat sebanyak 5,67% dari profit tahun 2011. Pada tahun 2013 Profit perusahaan – perusahaan makanan dan minuman ini meningkat drastis sebesar 12,8% dari profit tahun 2012.

Hal yang sama juga terjadi dengan asset yang dimiliki perusahaan – perusahaan makanan dan minuman ini. Jumlah asset di tahun 2012 meningkat sebesar 6,14% dan meningkat lagi sebesar 11,5% di tahun 2013.

Berdasarkan pembahasan diatas kinerja bisnis dari aspek keuangan UMKM makanan dan minuman ini dapat dinyatakan baik. Hal ini disebabkan pertumbuhan Profit dan jumlah Asset perusahaan dari tahun ke tahun antara tahun 2011 sampai tahun 2012.

Pembahasan Analisa Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Surabaya

Berdasarkan analisa korelasi yang dilakukan dengan menggunakan korelasi pearson dan analisis linier berganda mengungkapkan bahwa memang terjadi korelasi antara dimensi – dimensi dalam orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis perusahaan khususnya pada perusahaan yang bergerak pada industri makanan dan minuman. Namun tidak semua dimensi memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Hal ini disebabkan karena sikap yang masih belum sepenuhnya setuju dari pemilik perusahaan makanan dan minuman dalam menjalankan usahanya, apakah mereka telah berpegang pada indikator – indikator dalam masing – masing dimensi pada orientasi kewirausahaan. Hal lainnya yang menyebabkan hubungan yang tidak signifikan antara variabel adalah karena kemungkinan adanya sampel keluar jauh dari jajaran normalitas sampel yang semestinya.

Dengan ini dapat dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan kinerja bisnis suatu perusahaan. Terutama dalam hal pengevaluasian kinerja sebuah perusahaan, dan tentu terbukti setiap perusahaan makanan dan minuman yang menjadi objek dalam penelitian ini telah mengalami perkembangan kinerja bisnis dari tahun ketahun. Apabila orientasi kewirausahaan dihubungkan dengan aspek – aspek pada kinerja bisnis secara parsial, tidak semua dimensi memiliki hubungan yang berkorelasi positif terhadap masing – masing aspek dalam kinerja bisnis. Hal ini disebabkan tidak semua indikator dalam dimensi orientasi kewirausahaan berkorelasi positif dengan aspek – aspek tersebut. Seperti misalnya dimensi Proaktif yang berkorelasi negative dengan Aspek keuangan. Hal ini mungkin terjadi karena walaupun seorang pengusaha makanan dan minuman ini tidak mampu mengidentifikasi kondisi pasar dimasa mendatang, selama pengusaha tersebut memiliki pengaturan keuangan yang baik dan terus berinovasi dan tetap berani mengambil resiko tentu omzet maupun asset yang dimiliki perusahaan akan berada pada level yang tetap bahkan dapat cenderung naik.

Implementasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian diatas diharapkan para pengusaha memperhatikan dimensi – dimensi terdapat dalam orientasi kewirausahaan agar bisnis yang dijalankan dapat mengalami perkembangan dan peningkatan yang signifikan. Menerapkan Dimensi – Dimensi yang terdapat dalam orientasi kewirausahaan dapat dilakukan dengan cara memperhatikan setiap indikator – indikator yang terdapat dalam masing – masing dimensi orientasi kewirausahaan tersebut.

Dimensi inovatif tampaknya menjadi cara penting untuk menciptakan kinerja bisnis yang baik. Karena berdasarkan hasil pengolahan data survey, secara parsial hanya dimensi

dalam inovatif saja yang memiliki nilai mean diatas 4 pada dua indikatornya, yaitu pada indikator senantiasa mencari ide – ide baru tentang produk dan senantiasa mencari ide – ide baru tentang proses dalam menghasilkan produk. Sebab jika mencari ide – ide baru untuk perkembangan produk dan proses produksi saja tidaklah sulit. Namun akan terasa sulit bila telah melanjutkannya ke tahap untuk direalisasikan.

Dimensi proaktif juga merupakan dimensi yang berperan dalam kinerja bisnis, tidak hanya bagi perusahaan yang baru berjalan tapi juga perusahaan yang telah mengalami tahap pertumbuhan. Dalam pengambilan resiko setiap pemilik perusahaan harus lebih berani sebab persaingan pasar yang semakin kompleks menuntut setiap usaha yang ada untuk terus bergerak lebih dan berani mengambil resiko agar produk yang dimiliki dapat diterima oleh masyarakat. Seperti yang tertera pada indikator yang terdapat dalam dimensi proaktif, sebagai pengusaha harus mampu mengidentifikasi peluang yang akan datang, mampu mengantisipasi perubahan permintaan, dan mampu menyusun tindakan strategis bagi bisnis yang dijalanannya. Sebab dimensi proaktif memiliki hubungan yang erat terhadap aspek keuangan dan aspek SDM pada kinerja bisnis perusahaan.

Dalam dimensi *risk taking* pengusaha di makanan dan minuman di Surabaya ini telah menunjukkan hasil yang positif dan responden menyatakan setuju pada indikator berani mengambil resiko kerugian finansial. Hal tersebut diharapkan bukan hanya sekedar jawaban pada kuesioner semata tetapi juga harus benar – benar di tindak lanjuti dan diimplementasikan pada kegiatan operasional perusahaan. Dengan begitu pengusaha akan lebih berani mengambil proyek – proyek atau tindakan – tindakan yang beresiko tinggi, serta berani mencoba hal – hal baru bagi perusahaan, namun dengan intuisi yang diperhitungkan. Toleransi akan kesalahan pegawai dalam melakukan kesalahan juga turut diperlukan. Apalagi telah dilihat pada hasil survey yang menyatakan *risk taking* memiliki korelasi yang positif terhadap Kinerja Bisnis pada aspek SDM, walaupun bukan hubungan yang signifikan.

Dengan demikian diharapkan kinerja bisnis UMKM khususnya yang bergerak pada industri makanan dan minuman dapat berkembang dari tahun ketahun karena menjalankan indikator – indikator dalam dimensi yang terdapat pada orientasi kewirausahaan, dalam usaha yang dijalanannya.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Berdasarkan Penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil pengukuran dapat disimpulkan bahwa Dimensi Inovatif, Proaktif, dan *risk Taking* dari masing – masing pemilik Pada perusahaan UMKM makanan dan minuman di Surabaya khususnya di daerah kecamatan rungkut menyatakan setuju bahwa dirinya menjalankan Dimensi - Dimensi dalam orientasi kewirausahaan.
2. Perusahaan makanan dan minuman yang menjadi objek penelitian merupakan perusahaan UMKM yang terdaftar dalam proyek pembinaan masyarakat UK Petra. Sebagian besar dari pemilik perusahaan merupakan lulusan dari SLTA dan berusia diatas 30 tahun serta didominasi oleh

kaum wanita. Sebagian besar dari perusahaan ini memiliki waktu operasional kerja selama lebih dari 5 jam dalam sehari dan memiliki hari efektif sebanyak 5 hari dalam satu minggu dalam melakukan kegiatan operasionalnya.

3. Setiap perusahaan UMKM yang bergerak pada industri makanan dan minuman ini mengalami peningkatan Kinerja Bisnis setiap tahun dari kurun waktu tahun 2011 sampai tahun 2013. Sehingga dapat dikatakan pemilik perusahaan memiliki kinerja Bisnis yang baik dalam menjalankan kegiatan usahanya.
4. Hubungan Dimensi Orientasi Kewirausahaan memiliki hubungan yang erat namun tidak signifikan. Walau demikian, dapat dikatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan kinerja bisnis suatu perusahaan. Terutama dalam hal pengevaluasian kinerja sebuah perusahaan, dan tentu terbukti setiap perusahaan makanan dan minuman yang menjadi objek dalam penelitian ini telah mengalami perkembangan kinerja bisnis dari tahun ke tahun.
5. Berdasarkan hasil analisis regresi antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja bisnis, menghasilkan bahwa ketiga dimensi dalam orientasi kewirausahaan yaitu inovatif, proaktif, dan risk taking secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Avlontis, G.J. and Salavou, H.E. (2007), Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance, *Journal of Business Research*, Vol. 60 (5), 566-75.
- Arshad, Azlin. Rasli, Amran, Arshad, Afiza. (2013) The Impact of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: A Study of Technology-based SMEs in Malaysia. *International Journal of Elsevier*. 130, 46-53
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*.: Universitas. Airlangga, Surabaya
- Chen, L. (2007). *Linking knowledge management to organizational business performance*. Unpublished doctoral dissertation, Griffith University, Australia
- Chow, I.H. (2006). The Relationship between Entrepreneurial Orientation and Firm Performance in China. *S A.M. Advanced Management Journal*, 71 (3), 11–20.
- Chen, L. (2007). Linking knowledge management to organizational business performance. *Unpublished doctoral dissertation*, Griffith University, Australia
- Churchill, Gilbert A. Jr. (2005). *Basic Marketing Research, Fourth Edition*. Erlangga, Jakarta.
- Clarysse, M. Vanaelst, I. Wright, B. Lockett, A. Moray, M. S'Jegers, R. (2006). *Entrepreneurial team development in academic spinouts: An examination of team heterogeneity*. *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (2), 249-271.
- Coulthard, M. (2007). The Role of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance and the Potential Influence of Relational Dynamism. *Journal of Global Business and Technology*. 3 (1), 29–39.
- Covin, J.G., Ruston, L.A., Green K.M., Slevin DP (2006) *orientation-sales growth rate relationship. Dissertation, Louisiana Tech University, Entrepreneurship Theory Practice* 30(1):57–81
- Crant, J. M. (2000). The proactive personality scale in organizations. *Journal of Management*, 80, 435-462.
- Fauzi. (2009). *Metode kuantitatif*. Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Kedua)*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gupta, Vipin., MacMillan Ian C., and Surie ,Gita. *Journal of Business Venturing, Elsevier Inc.*, 19 (2004) 241-260.
- Guroi, Y., & Atsan, N. (2006). *Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students. Education & Training*, 48(1): 25-37.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepard, D. A. (2004). *Entrepreneurship, 7th edition*. NY: McGraw - Hill Irwin.
- Husein Umar. 2000. *Metodologi Penelitian*. Erlangga, Jakarta.
- Josien, L. (2008). Antecedents of Entrepreneurial Orientation: A Contingency Approach small business owners. *European Journal of Work and Organizational Psychology* 14 (3): 315–44.
- Indonesia. Badan Pusat Statistik. (2013). *Indeks Tendensi Bisnis Pelaku Usaha Triwulan 1 – 2013*. No. 34/05/Th. XVI, 6 mei 2013.
- Kaplan, R.S., Norton, D. P. (2006): *Alignment: Using the Balanced Scorecard to Create Corporate Synergies*. Boston, Harvard Business School Press, 2006.
- Kellermanns, F.W., Eddleston, K.A., Barnet, T. and Pearson, A. (2008). *An Exploratory Study of Family Member Characteristics and Involvement: Effects on Entrepreneurial Behaviour in the Family Firm*. *Family Business Review*. 21 (3), 1-14.
- Knight G.A (2000). Entrepreneurship and marketing Strategy: The SME Under Globalisation. *Journal of Intenasional Marketing*. 8 (2), 12-32.
- Krauss, S.I., Frese, M., Friedrich, C., and Unger.J.M, (2005). *Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African*.
- Kobia, M., & Sikalich, D. (2010). Towards a search for the meaning of entrepreneurship. *Journal of European Industrial Training*, 34(2), 110–127.
- Kreiser, P.M., Marino, L.D. and Weaver, K.M. (2002). *Assessing the Psychometric Properties of the EO Scale: A Multicountry Analysis*. *Entrepreneurship Theory and Practice* 26 (4), 71–94.
- Kurniawan, Benny. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jelajah Nusa, Tangerang
- Lee, S.M. & Peterson, S. 2000. Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35: 401–416.
- Lim, L.L.N and Chan, C.C.A. (2004). The development and application of an organisational learning matrix. *International Journal of Management*, 21(1), 100-107.
- Lin, C. Y., & Kuo, T. H. (2007). *The mediate effect of learning and knowledge on organizational*

- performance*. *Industrial Management & Data Systems*, 107(7), 1066-1083.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G (2001). Linking Two Dimensions of EO to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal Business Venturing*. 16 (5), 429-451.
- Mahmood, R. and Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Science*. 4 (1), 82-90.
- Matsuno, K., Mentzer, J. T. and Ozsomer, A. (2002). The Effects entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance. *Journal of Marketing*. 66 (3), 18-32.
- Minniti, M. (2007) Being in Someone Else's Shoes: Gender and Nascent Entrepreneurship, *Small Business Economics Journal* 28(2-3): 223-239.
- Naldi, L., Nordqvist, M., Sjöberg, K. and Wiklund, J. (2007). *Entrepreneurial Orientation, Risk Taking, and Performance in Family Firms*. *Family Business Review*. 20 (1), 33-47.
- Neely, A.D., Mills, J.F., Platts, K.W., Richards, A.H., Gregory, M.J., Bourne, M.C.S. and Kennerley, M.P. (2000). *Performance measurement system design, developing and testing a process based approach*. *International Journal of Production and Operations Management*, Vol. 20, No. 9, pp.1119–1145.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T. and Frese, M. (2009). *EO and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future*. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 33, 761–787.
- Simon, M. K. (2006). *Dissertation and scholarly research: A practical guide to start and complete your dissertation, thesis, or formal research project*. Dubuque, Kendall/Hunt, Indiana.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Supranto, J. (2000). *statistik teori dan aplikasi. jilid 1 edisi 6*. Erlangga, Jakarta
- Thornberry, Neal. (2006). *Lead like an entrepreneur*. USA : The McGraw-hill Companies, inc.
- Walter A, Auer M, Ritter T (2006) The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venture* 21(4):541–567
- Wiklund, J. and Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing*. 20, 71–91.
- Zahra, S.A. (2008). Being Entrepreneurial And Market Driven: Implications For Company Performance. *Journal of Strategy and Management*. 1 (2), 125-142.
- Zainol, F.A. and Ayadurai, S. (2011). Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Personality Traits in Malay Family Firms in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*. 2 (1), 59–72.