

ANALISIS DETERMINAN *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION* PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) (Studi Pada Pemilik UKM Di Kota Pasuruan)

Bulky Muhammad Maharsa
Mohammad Iqbal
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
E-mail : maharsabulky@gmail.com

ABSTRACT

Entrepreneurial Orientation is part of the Enterprise. This is part of the entrepreneurial process. Entrepreneurial Orientation understand the phenomenon as one of the strengths of the organization to improve the course of the process can foster entrepreneurship and entrepreneurial behavior patterns are applied to maintain the business. Furthermore, entrepreneurial orientation can explain the overall picture of entrepreneurial activity by providing knowledge about the various dimensions of entrepreneurial orientation. There are five dimensions of entrepreneurial orientation is Inovativeness, proactiveness, risk taking (Miller, 1983), Autonomy Orientation and Competitive aggressiveness (Lumpkin & Dess, 1996). Based on extensive literature review and collection of empirical evidence, this study examines the extent to which small and medium enterprises (SMEs) in the city of Pasuruan and apply the concept of entrepreneurial orientation. In addition, this study explores the dominant factors in the entrepreneurial orientation that is applied to SMEs in Pasuruan. and as research that is confirmatory factor analysis on the opinion of Lumpkin and Dess (1996) which states all the factors in the entrepreneurial orientation possibility is present in a business organization, but not all factors are sometimes applied in business organizations, there are some things that are optimized to be a priority.

Keywords: *Entrepreneurial, Entrepreneurial Orientation, Small and Medium Enterprises*

ABSTRAK

Entrepreneurial Orientation merupakan bagian dari Kewirausahaan. Tahap ini merupakan bagian dari proses kewirausahaan. Memahami fenomena *Entrepreneurial Orientation* sebagai salah satu kekuatan yang dimiliki organisasi untuk meningkatkan jalannya proses kewirausahaan dan dapat menumbuhkan pola perilaku kewirausahaan yang diterapkan untuk mempertahankan usaha. Lebih lanjut, *entrepreneurial orientation* dapat menjelaskan gambaran keseluruhan dari kegiatan kewirausahaan dengan memberikan pengetahuan tentang berbagai dimensi dari *entrepreneurial orientation*. Terdapat 5 Dimensi dari *entrepreneurial orientation* yaitu *Inovativeness, Proactiveness, Risk taking* (Miller, 1983), *Autonomy Orientation* dan *Competitive Aggressiveness* (Lumpkin & Dess, 1996). Berdasarkan tinjauan literatur yang luas dan pengumpulan bukti empiris, studi ini mengkaji sejauh mana suatu Usaha kecil dan menengah (UKM) yang ada di Kota Pasuruan mengetahui dan menerapkan konsep *entrepreneurial orientation*. Selain itu, penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor dominan dalam *entrepreneurial orientation* yang di terapkan pada UKM di Kota Pasuruan. dan sebagai penelitian yang bersifat *confirmatory factor analysis* terhadap pendapat Lumpkin dan Dess (1996) yaitu menyatakan semua faktor-faktor dalam *entrepreneurial orientation* kemungkinan hadir dalam sebuah organisasi bisnis, tetapi tidak semua faktor terkadang diterapkan dalam organisasi bisnis, ada beberapa hal yang dioptimalkan untuk menjadi prioritas.

Kata Kunci: *Entrepreneurial, Entrepreneurial Orientation, Usaha Kecil Menengah*

PENDAHULUAN

Menurut Mc Clelland dalam Mitchell (2002) pengertian kewirausahaan ada empat yaitu yang pertama, orang yang telah menjadi wirausaha, rata-rata mempunyai tingkat kebutuhan keberhasilan yang lebih tinggi bila dibandingkan oleh orang lain pada umumnya, kedua, bahwa orang dengan kebutuhan yang tinggi akan keberhasilan juga memiliki kecenderungan untuk mengambil risiko moderat. Ini berarti mereka memilih situasi risiko yang hasilnya nanti dapat dikendalikan oleh mereka. Hal ini berlawanan dengan situasi pertarungan yang hasilnya hanya tergantung pada kesempatan yang ada. Ketiga, penelitian menunjukkan bahwa banyak wirausaha yang sukses adalah orang yang percaya diri sendiri, yang mengakui adanya masalah di dalam peluncuran perusahaan baru, tetapi mempercayai kemampuan dirinya untuk mengatasi masalah tersebut. Keempat, banyak wirausaha memperhatikan tingkat ingin tahu yang disebut sebagai keinginan kuat untuk berbisnis dengan tujuan apapun, menciptakan ketabahan, dan kemauan untuk bekerja keras.

Dampak dari kegiatan kewirausahaan dirasakan disemua sektor dan semua tingkat masyarakat, terutama karena berkaitan dengan inovasi, daya saing, produktivitas, kekayaan generasi, penciptaan lapangan kerja dan pembentukan industri baru (Kuratko 2014). Hubungan dari kewirausahaan dan inovasi dapat dilihat dari pendapat Drucker (2014) yaitu inovasi adalah fungsi spesifik kewirausahaan yang berarti adalah sarana pengusaha untuk menciptakan kekayaan baru menghasilkan sumber daya baru yang belum pernah ada dengan potensi untuk menciptakan kekayaan.

Fenomena *Entrepreneurial Orientation* sebagai salah satu kekuatan yang dimiliki organisasi untuk meningkatkan jalannya kewirausahaan dalam UKM dan dapat menumbuhkan pola perilaku kewirausahaan yang diterapkan untuk mempertahankan UKM. Selain itu dengan kewirausahaan kita memahami perilaku yang meliputi dimensi *Innovativeness*, *Proactiveness* dan *Risk taking* (Miller, 1983) yang menjadi dimensi dasar pembentuk *Entrepreneurial Orientation*. Selanjutnya Lumpkin dan Dess (1996) mengembangkan karakteristik *Entrepreneurial Orientation*, dengan menambahkan 2 dimensi yaitu *Autonomy* dan *Competitive Aggressiveness*. Lebih lanjut menurut Lumpkin dan Dess (1996)

Entrepreneurial Orientation secara umum dipahami sebagai pengambilan keputusan dalam organisasi dimana keputusan tersebut dianggap terbaik untuk jalannya kegiatan berwirausaha. Dalam pengertian diatas cukup jelas adanya hubungan yang strategis antara *Entrepreneurial Orientation* dengan proses kewirausahaan

A. KAJIAN PUSTAKA

Entrepreneurial Orientation

Strategic Management memberikan tiga landasan dimensi-dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni *Innovativeness*, *Proactiveness*, dan *Risk Taking* (Weerawardeena, 2003; Matsuno, Mentzer dan Ozsomer, 2002). Ketiga dimensi ini dikembangkan oleh Miller (1983) yang dijadikan suatu konsep perkembangan dari *Strategic Management* dan teori Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) sehingga memunculkan suatu kajian dasar konstruk tentang teori *Entrepreneurial Orientation*.

Selanjutnya penemuan dari Miller diperbarui oleh temuan dari (Lumpkin & Dess, 1996) mendefinisikan faktor *Entrepreneurial Orientation* selain tiga konstruk dasar juga terdapat dua hal yang perlu ditambah dalam pembentuk *Entrepreneurial Orientation* yaitu faktor *Autonomy* dan *Competitive Aggressiveness*.

Hipotesis

H₁ : Faktor-faktor *Innovativeness*, *Risk taking*, *Personal Initiative / proactiveness*, *Autonomy*, *Competitive Aggressiveness* membentuk *Entrepreneurial Orientation* secara unidimensional.

H₂ : Tidak terdapat perbedaan karakteristik antara faktor-faktor *Innovativeness*, *Risk taking*, *Personal Initiative / proactiveness*, *Autonomy*, *Competitive Aggressiveness* urutan item-item antara konteks negara maju dengan negara berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian eksplanasi atau penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Setelah dihitung menggunakan rumus Slovin, Jumlah sampel yang didapat dalam penelitian ini sebanyak 90 UKM di Kota Pasuruan dari total populasi 641 UKM. Penetapan sampel menggunakan *simple random sampling*

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Deskriptif

Sekaran (2006) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan analisis statistik deskriptif adalah statistik deskriptif meliputi transformasi data mentah ke dalam bentuk yang akan memberi informasi untuk menjelaskan sekumpulan faktor dalam suatu situasi. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengurutkan dan memanipulasi data mentah yang telah diperoleh. Statistik deskriptif ditunjukkan dengan yang pertama, frekuensi yaitu mengacu pada berapa kali berbagai subkategori dari suatu fenomena tertentu terjadi, dari mana persentase dan persentase kumulatif jumlah kejadiannya dapat dengan mudah dihitung. Yang kedua, ukuran tendensi sentral, yaitu terdapat *mean* atau rerata hitung adalah ukuran tendensi sentral yang memberikan gambaran umum mengenai data, median adalah nilai tengah dalam sekelompok observasi jika mereka diatur dalam urutan rendah-tinggi atau tinggi-rendah, modus atau sering disebut fenomena yang sering terjadi. Yang ketiga, dispersi yang mengkhususkan untuk data nominal dan interval.

2. Analisis Faktor

Hair (2010) menjelaskan Analisis faktor adalah analisis yang menggunakan metode analisis *statistic multivariate* yang memiliki tujuan utama yaitu reduksi data dan *summarization*. Secara garis besar yaitu menganalisis keterkaitan antara sejumlah variabel (seperti contoh : nilai tes, item tes, kuesioner) dan kemudian menjelaskan variabel-variabel ini dalam dimensi secara umum yang mendasarinya. Analisis faktor adalah teknik yang saling ketergantungan dimana semua variabel secara bersamaan diamati, dan menggunakan bantuan SPSS 16.0 dalam perhitungannya.

Lebih lanjut hair (2010) menjelaskan tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk menemukan cara kondensasi atau meringkas informasi yang terkandung dalam sejumlah variabel asli ke dalam satu set yang lebih kecil dari dimensi komposit baru (faktor) hingga menemukan faktor yang menjadi faktor-faktor dominan dengan meminimalisir kesalahan informasi. Untuk mencari konstruk fundamental atau dimensi yang diasumsikan mendasari variabel asli.

Pada penelitian ini analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari *Entrepreneurial Orientation* pada UKM di Kota Pasuruan. Analisis faktor diterapkan sebelum analisis statistik lainnya untuk mengekstrak data

dari total varian asli ke sejumlah faktor yang lebih kecil, untuk di analisis lebih lanjut dan untuk menguji hipotesis, dengan menggunakan metode analisis komponen utama (PCA) yang tersedia di SPSS 16.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1: Jenis Industri UKM di Kota Pasuruan

| Industri | Frequency | Valid Per cent |
|-------------------|-----------|----------------|
| Handicraft | 35 | 38.9 |
| Logam | 22 | 24.4 |
| Makanan & Minuman | 21 | 23.3 |
| Sepatu | 5 | 5.6 |
| Garmen | 7 | 7.8 |
| Total | 90 | 100.0 |

Sumber: penulis (2016)

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 90 total responden UKM di Kota Pasuruan, terdapat 35 responden dengan usaha jenis *Handicraft* yang didalamnya terdapat *Art & Furniture*, Setir Mobil, Meubel, 22 responden dengan usaha jenis logam, 21 responden dengan usaha jenis makanan dan minuman, 5 responden dengan usaha jenis sepatu, dan selainnya 7 responden dengan usaha jenis garmen. Dari tabel 9 dapat diketahui bahwa UKM di kota pasuruan dalam penelitian ini dominan bergerak dalam industri *Handicraft* dengan total sebanyak 35 jenis usaha dan memiliki 38.9 *valid per cent*.

Tabel 2: Deskripsi Jawaban Responden untuk Entrepreneurial Orientation

| No | Item | N | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Mean |
|----|---|----|----|---|----|----|---|----|---|------|
| | | | st | t | ct | rr | c | s | s | |
| 1 | Usaha saya saat ini berkonsentrasi pada Inovasi Produk daripada pemasaran produk | 90 | | 5 | | 17 | | 68 | | 2.70 |
| 2 | Dalam Usaha saya selalu ada produk baru yang diperkenalkan dalam 5 tahun terakhir | 90 | | 3 | | 8 | | 79 | | 2.84 |
| 3 | Di Usaha saya, merubah produk yang dijual merupakan hal yang mudah | 90 | | 5 | | 9 | | 76 | | 2.79 |

| | | | | | | |
|----|---|----|----|---|----|------|
| 4 | Secara umum Usaha saya tertarik pada proyek-proyek beresiko tinggi | 90 | 3 | 8 | 79 | 2.84 |
| 5 | Karena sifat dari lingkungan, Usaha saya mengeksplorasi peluang secara cepat | 90 | 1 | 9 | 80 | 2.88 |
| 6 | Usaha saya agresif untuk membuat keputusan dalam kondisi ketidakpastian | 90 | 5 | 3 | 82 | 2.86 |
| 7 | Usaha saya biasanya melakukan tindakan baru agar pesaing merespon | 90 | 2 | 3 | 85 | 2.92 |
| 8 | Dalam menghadapi persaingan, Usaha saya selalu menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produk baru, layanan dan teknologi | 90 | 5 | 4 | 81 | 2.84 |
| 9 | Usaha saya memiliki tingkat kompetisi yang tinggi terhadap pesaing | 90 | 4 | 5 | 81 | 2.86 |
| 10 | Dalam menjalankan usaha saya menerapkan ide-ide dan visi saya sendiri | 90 | 2 | 6 | 82 | 2.89 |
| 11 | Dalam mengatur usaha saya tidak senang menerima perintah dari orang lain | 90 | 11 | 5 | 74 | 2.70 |
| 12 | Saya dominan dalam menentukan langkah bagi Usaha | 90 | 3 | 7 | 80 | 2.86 |
| 13 | Usaha saya sangat kompetitif dalam bersaing | 90 | 4 | 8 | 78 | 2.82 |
| 14 | Usaha saya menghadapi persaingan daripada menghindari | 90 | 6 | 5 | 79 | 2.81 |

Sumber: penulis (2016)

Untuk item pertama mengukur tingkat *innovative*, Berdasarkan item yang telah diukur, responden menunjukkan bahwa mereka relatif inovatif dalam hal inovasi produk baru ($\mu = 2.70$),

produk yang baru diperkenalkan ($\mu = 2.84$) dan mudah dalam merubah produk baru ($\mu = 2.79$). Dengan demikian, responden dalam penelitian ini menganggap diri mereka yang inovatif dalam hal menjaga inovasi dan kebaruan produk mereka kepada pelanggan seperti yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata.

Selain itu, tingkat *risk taking* pemilik UKM dapat diukur dalam dimensi kedua konsep *entrepreneurial orientation*. Dari 90 responden, terdapat 3 responden dengan jawaban usaha tertarik dengan proyek resiko rendah, 8 responden dengan jawaban ragu-ragu, dan 79 responden dengan jawaban usaha tertarik dengan proyek resiko tinggi, dengan rata-rata ($\mu = 2.84$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemilik UKM di Kota Pasuruan memberikan kecenderungan responden dengan jawaban usaha tertarik dengan proyek resiko tinggi. Ini bisa menjadi indikasi bahwa pemilik UKM selalu tertantang untuk menerima dan tertarik dalam proyek beresiko tinggi. Demikian pula, responden menunjukkan respon positif dalam pernyataan “usaha saya mengeksplorasi peluang secara bertahap daripada cepat”. Dari 90 responden, terdapat 1 responden dengan jawaban usaha mengeksplorasi peluang secara bertahap, 9 responden dengan jawaban ragu-ragu, dan 80 responden dengan jawaban yaitu usaha mengeksplorasi peluang secara cepat, dengan rata-rata ($\mu = 2.88$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemilik UKM di Kota Pasuruan memberikan kecenderungan responden dengan jawaban usaha saya mengeksplorasi peluang secara cepat. Ini merupakan indikasi bahwa mereka baik dalam mengambil resiko dan mengidentifikasi. Selain itu, item ketiga dalam dimensi *risk taking* terdapat 5 responden dengan jawaban usaha dengan hati-hati membuat keputusan dalam kondisi ketidakpastian, 3 responden dengan jawaban ragu-ragu, dan 82 responden dengan jawaban usaha saya dengan agresif membuat keputusan dalam kondisi ketidakpastian, dengan rata-rata ($\mu = 2.86$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemilik UKM di Kota Pasuruan memberikan kecenderungan responden dengan jawaban usaha saya dengan agresif membuat keputusan dalam kondisi ketidakpastian. Ini merupakan indikasi bahwa responden yakin bagaimana bisnis mereka mengadopsi jenis tindakan mengambil risiko; baik berhati-hati atau agresif. Oleh karena itu, dalam hal pengambilan risiko yang dirasakan, pemilik UKM dalam penelitian ini tampaknya yakin mengerti

resiko yang mereka ambil terdapat peluang yang dapat menguntungkan untuk usaha mereka.

Dimensi ketiga dalam konsep *entrepreneurial orientation* adalah dimensi *personal initiative/proactiveness* dimana seorang pemilik UKM dilihat dalam tindakan inisiatif pengusaha dalam beradaptasi dengan lingkungan eksternal yang kompetitif. Berdasarkan ketiga item dari dimensi *personal initiative/proactiveness*, responden menunjukkan bahwa mereka cukup proaktif dalam hal tindakan untuk memulai suatu tindakan ($\mu = 2.92$) dan relatif percaya diri dalam memperkenalkan produk baru sebelum pesaing ($\mu = 2.84$). dan responden cukup berani dalam berkompetisi dengan pesaing dengan rata-rata ($\mu = 2,86$)

Dimensi keempat dalam konsep *entrepreneurial orientation* adalah dimensi *autonomy* dimana seorang pemilik UKM dilihat dalam tingkat independensi individu. Berdasarkan ketiga item penerapan dimensi *autonomy*, responden yang dalam hal ini pemilik UKM, mereka menerapkan ide visi mereka sendiri dengan rata-rata ($\mu = 2.89$), mereka tidak senang apabila menerima perintah dari orang lain untuk mengatur usahanya dengan rata-rata ($\mu = 2.70$). responden juga dominan dalam menentukan langkah bagi usahanya dengan rata-rata ($\mu = 2.86$).

Dimensi kelima dalam konsep *entrepreneurial orientation* adalah dimensi *competitive aggressiveness* tingkat kemampuan usaha dalam bersaing. Berdasarkan kedua item dari dimensi *competitive aggressiveness*, responden merasa bahwa usahanya cukup kompetitif dalam bersaing dengan memiliki nilai rata-rata ($\mu = 2.82$), dan responden memilih menghadapi persaingan daripada menghindari persaingan dengan nilai rata-rata ($\mu = 2.81$).

2. Analisis Faktor

a. *Innovativeness*

Secara keseluruhan dari dimensi *entrepreneurial orientation* yang ada, *innovativeness* adalah dimensi yang tinggi di terapkan dalam UKM di Kota Pasuruan, tetapi penerapannya belum maksimal dan masih harus dikembangkan dengan bukti nilai *mean* dari hasil analisis deskriptif yang belum menjelaskan persetujuan dari item-item yang diukur dalam *innovativeness*. Dan adanya penarikan kesimpulan meskipun dominan dimensi *innovativeness* masih tergolong rendah diterapkan di UKM yang ada di Kota Pasuruan.

Hasil dari penelitian ini adalah unidimensional dengan studi yang dilakukan sebelumnya oleh Lumpkin dan Dess (1996) yang menemukan bahwa dimensi *innovativeness* terbentuk dari item berfokus terhadap inovasi produk daripada pemasaran produk/jasa, memiliki banyak produk yang di tawarkan kepada pembeli dalam kurun waktu lima tahun terakhir dan merubah produk/jasa yang akan dijual termasuk hal yang mudah adalah dominan dalam pembentukan *entrepreneurial orientation* di negara maju Texas Amerika Serikat. Menurut Miller (1983) *Innovativeness* berkaitan dengan semangat dan dukungan menghasilkan produk, layanan atau proses baru. Sejalan dengan Miller *Innovativeness* merupakan inisiatif dasar untuk meninggalkan teknologi atau praktik-praktik yang lama dan sudah ada untuk mencari hal-hal baru untuk menuju kearah yang lebih baik. Dalam alasan tersebut seorang pemilik usaha diharuskan untuk membentuk pola pikir ide baru yang berfokus pada produk, layanan, administrasi atau teknologi (Lumpkin & Dess, 1996). Berdasarkan hasil penelitian Frese (2002) menunjukkan kecenderungan organisasi untuk berinovasi secara positif berhubungan dengan sukses organisasi karena dengan ide baru, organisasi dapat menangkap segmen penting dalam pasar. Tingkat inovasi yang tinggi akan meningkatkan kinerja organisasi.

Bukti empiris dari rendahnya tingkat *innovativeness* dari pemilik UKM di Kota Pasuruan sangat terbatas, diharapkan dengan penelitian ini dapat di jadikan penelitian awal untuk membenarkan tingkat *innovativeness* pemilik UKM di Kota Pasuruan sebagai bagian dari dimensi *entrepreneurial orientation*.

Tabel 3: Hasil *Principal Component Analysis*

| | Component | | | | |
|----|-----------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | .055 | -.024 | .898 | .017 | .070 |
| 2 | .107 | -.010 | .911 | -.081 | .042 |
| 3 | .033 | .560 | .608 | -.076 | -.180 |
| 4 | .089 | .755 | .181 | .002 | .147 |
| 5 | .017 | .093 | .307 | .112 | .811 |
| 6 | .018 | .792 | -.121 | .014 | .204 |
| 7 | -.016 | .121 | -.186 | -.030 | .800 |
| 8 | .182 | .717 | -.054 | .446 | -.066 |
| 9 | .119 | -.104 | .053 | .887 | .129 |
| 10 | .084 | .267 | -.136 | .698 | -.049 |
| 11 | .759 | .365 | .019 | .185 | -.095 |
| 12 | .903 | -.028 | .074 | -.047 | -.064 |
| 13 | .896 | -.132 | .110 | .133 | .003 |
| 14 | .800 | .215 | .014 | .088 | .142 |

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser

Normalization.

Sumber: Penulis (2016)

b. *Risk Taking*

Dalam hal *Risk taking*, hasil studi ini multidimensional dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumpkin dan Dess (1996). Konstruk item kedua dari *risk taking* yaitu “karena sifat dari lingkungan, perusahaan mengeksplorasi peluang secara cepat bukan bertahap” bukan termasuk item pembentuk dimensi *risk taking*. Hal ini linier dengan pendapat Kreiser (2010) yang menjelaskan bahwa Hal ini linier dengan pendapat Kreiser (2010) yang menyatakan bahwa organisasi cenderung lebih nyaman berinteraksi dengan lingkungan dengan menghadapi tantangan yang tetap, dan tidak berubah. Terjadinya kecemasan yang tinggi terhadap

organisasi yang menghadapi tantangan yang berubah. Seperti memperkenalkan produk dan layanan baru merupakan tantangan yang baru bagi organisasi tanpa terdapat jaminan produk dan layanan baru tersebut berhasil dalam pasar atau malah ditolak dalam pasar. Lebih lanjut menurut Kreiser (2010) hal ini menyebabkan turbulensi dalam pasar, sehingga menyebabkan organisasi cenderung untuk menghindari ketidakpastian tersebut, mengabaikan peluang baru, dan menginvestasikan sumber daya yang sedikit terhadap proyek-proyek yang beresiko.

Selain itu tidak konsistennya item pembentuk dimensi *Risk Taking* ada beberapa kemungkinan alasan untuk temuan ini. bahwa ada indikasi pemilik UKM di Kota Pasuruan lambat dalam mengeksplorasi peluang dan menghindari peluang baru (Kreiser, 2010). Selanjutnya Menurut Miller (1983) Pemilik usaha yang baik dalam menjadi *Risk Taker* adalah berfokus kuat pada proyek atau langkah usaha baru yang memiliki resiko yang tinggi, selain itu pemilik usaha berpikir secara luas yang sejalan dengan tujuan perusahaan dan ketika dihadapkan suatu kondisi ketidakpastian pemilik akan tertantang untuk lebih agresif mencari tahu kesempatan-kesempatan potensial yang ada dalam kondisi ketidakpastian tersebut. Lumpkin dan Dess (1996) mengasumsikan hubungan *Risk taking* dengan kesuksesan pemilik usaha dalam membangun unit bisnisnya. Bukti empiris masih belum dilihat derajat konsistennya untuk hubungan pemilik dengan *Risk taking* (Begley & Boyd, 1987; Timmons, Smollen & Dinger, 1985).

c. *Personal Initiative/Proactiveness*

Hasil penelitian ini multidimensional dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumpkin dan Dess (1996) dikarenakan item dalam membangun dimensi *personal initiative/proactiveness* berbeda. Hal ini linier dengan pendapat dari Rauch (2009), yang menjelaskan bahwa pemilik usaha harus mempunyai inisiasi untuk menghadapi hambatan dari lingkungan diluar, oleh karena itu diperlukan penerapan ide-ide dan pemikiran-pemikiran sendiri untuk menjalankan usaha adalah tindakan *personal initiative/proactive* sebagai upaya proses tanggung jawab yang dilakukan pemilik organisasi.

Selain itu tidak konsistennya konstruk item dari dimensi *personal initiative/proactiveness* pada pemilik UKM di Kota Pasuruan adalah strategi untuk meningkatkan penjualan dan menghadapi persaingan dengan kompetitor dalam industri sejenis. Dalam

pengertiannya *personal initiative/proactiveness* merupakan sarana berurusan dengan ketidakpastian dalam menjalankan usaha. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian ini, pemilik UKM di Kota Pasuruan proaktif dalam mengelola usaha mereka. Hal ini ditunjukkan melalui persepsi mereka dalam hal pernyataan “tidak takut apabila melihat pesaing yang banyak” dan “semakin tertantang untuk mengembangkan usaha yang dimiliki” menjadi nilai dominan dibanding item kedua yaitu “menerapkan ide-ide dan pemikiran-pemikiran sendiri untuk menjalankan usaha”

Tingkat *personal initiative/proactiveness* sebagai dimensi dari *entrepreneurial orientation* yang ada di Kota Pasuruan belum maksimal diterapkan dan masih menyimpulkan bahwa Pemilik UKM di Kota Pasuruan masih rendah dalam tingkat *personal initiative/proactiveness* dalam menjalankan usahanya.

d. Autonomy

Dimensi keempat adalah dimensi *autonomy* dalam penelitian yang dilakukan oleh Lumpkin dan Dess (1996) *autonomy* adalah dimensi pembentuk *entrepreneurial orientation*. Dengan item terdiri dari menerapkan ide-ide dan pemikiran-pemikiran sendiri untuk menjalankan usaha, tidak senang apabila mendapatkan masukan dari orang lain untuk menjalankan usaha dan yang terakhir memiliki kekuasaan penuh dalam menentukan langkah untuk menjalankan usaha. Tetapi dalam penelitian ini setelah melewati perhitungan statistik. Penerapan *autonomy* dalam *entrepreneurial orientation* yang mengambil fokus studi pada pemilik UKM yang ada di Kota Pasuruan menjelaskan bahwa faktor *autonomy* bergabung dengan dimensi lain dari dimensi *entrepreneurial orientation* yaitu dimensi *personal initiative/proactiveness* dan *competitive aggressiveness*. item *autonomy* pertama yaitu (item menerapkan ide-ide dan pemikiran-pemikiran sendiri untuk menjalankan usaha) telah bergabung ke dalam dimensi *personal initiative/proactiveness* seperti yang telah dijelaskan. Sedangkan item kedua dari dimensi *autonomy* dan item ketiga dari dimensi *autonomy* yaitu (tidak senang apabila mendapatkan masukan dari orang lain untuk menjalankan usaha, memiliki kekuasaan penuh dalam menentukan langkah untuk menjalankan usaha) telah bergabung dalam dimensi *competitive aggressiveness*. Maka penulis menyimpulkan untuk menggabungkan dimensi *autonomy* dalam penerapan *entrepreneurial*

orientation. Menurut Lumpkin dan Dess (1996) *Autonomy* adalah salah satu rangsangan yang penting bagi pengusaha dalam menjalankan usaha, *autonomy* digambarkan sebagai independensi individu atau tim untuk mengembangkan visi bisnis dan membawa perusahaan ke arah keberhasilan. *Autonomy* akan menjadi kuat apabila didukung oleh peran budaya yang ada untuk membentuk perusahaan menjadi mandiri dan mencari peluang yang berhubungan kearah inovasi, ide, kreativitas, hal baru, kepemimpinan, eksperimen dan *research and development*.

Akibat dari digabungkannya dimensi *autonomy* terdapat temuan dalam penelitian ini adalah adanya keterkaitan yang membentuk satu komponen yaitu dimensi *risk taking* dengan item yang menyatakan (karena sifat dari lingkungan, perusahaan mengeksplorasi peluang secara cepat bukan bertahap) berkaitan dengan dimensi *personal initiative/proactiveness* dengan pernyataan yaitu (melakukan inovasi dalam segala hal termasuk produk/jasa dan pelayanan sehingga pesaing dimiliki merespon hal tersebut). Hal ini didukung oleh pendapat Kreiser (2010) melakukan tindakan untuk memanfaatkan peluang dalam bisnis, berinovasi secara terus menerus, akan meningkatkan perkembangan bisnis. Hilangnya faktor *autonomy* dalam penerapan *entrepreneurial orientation* studi pada pemilik UKM di Kota Pasuruan dan munculnya komponen terikat yang saling terkait antara *risk taking* dan *personal initiative/proactiveness* menolak hipotesis pertama dalam penelitian ini yang telah tertulis dalam bab tinjauan pustaka.

Dalam hipotesis pertama ditolak dengan dibuktikannya menggabungkan dimensi *autonomy* dalam penelitian yang berarti bahwa tidak unidimensional faktor-faktor *Innovativeness*, *Risk taking*, *Personal Initiative / proactiveness*, *Autonomy*, *Competitive Aggressiveness* dalam membentuk *Entrepreneurial Orientation*. Dikarenakan bergabungnya dimensi *autonomy*. dan dari penelitian *entrepreneurial orientation* yang berfokus pada pemilik UKM di Kota Pasuruan menemukan saling keterkaitan antara item dari dimensi *risk taking* dan dengan item dari dimensi *personal initiative/proactiveness*. Dengan kedua item tersebut menjadi satu komponen dengan nilai pernyataan “karena sifat dari lingkungan, perusahaan

mengeksplorasi peluang secara cepat bukan bertahap” mendominasi dalam satu komponen tersebut.

Tetapi apabila dilihat dari analisis deskriptif, komponen dengan item pernyataan “karena sifat dari lingkungan, perusahaan mengeksplorasi peluang secara cepat bukan bertahap”, mendapatkan nilai *mean* yang rendah, dan disimpulkan bahwa pemilik UKM yang berada di Kota Pasuruan masih berhati-hati dalam mengeksplorasi peluang dan cenderung bertahap. Dan item pernyataan kedua yaitu “melakukan inovasi dalam segala hal termasuk produk/jasa dan pelayanan sehingga pesaing dimiliki merespon hal tersebut” memiliki nilai *mean* yang rendah, dapat diindikasikan bahwa pemilik UKM yang terdapat di Kota Pasuruan kurang berinovasi dan menjadi reaktif terhadap pesaing. Apabila pesaing melakukan sebuah tindakan.

Selain itu bergabungnya dimensi *autonomy* dalam *entrepreneurial orientation* sekaligus menjawab tujuan peneliti untuk melakukan penelitian yaitu mengkonfirmasi pendapat Lumpkin & Dess (1996) tentang faktor-faktor penentu *Entrepreneurial Orientation* yang belum tentu diterapkan keseluruhan dalam organisasi bisnis seperti UKM, tetapi terdapat faktor-faktor yang dominan dalam penerapan *Entrepreneurial Orientation*. Dan terbukti bahwa pembentukan *entrepreneurial orientation* pada UKM di Kota Pasuruan hanya menggunakan 4 dimensi yaitu dimensi *innovative*, *risk taking*, *personal initiative/proactiveness* dan *competitive aggressiveness*.

a. *Competitive Aggressiveness*

Setelah bergabungnya item dalam dimensi *autonomy*, terdapat dimensi setelah *autonomy* yaitu dimensi terakhir dari *entrepreneurial orientation* yang diterapkan di kota pasuruan adalah dimensi *Competitive Aggressiveness*. Menurut Lumpkin dan Dess (1996) dimensi ini terdapat dua item yang membangunnya yaitu item pertama dengan pernyataan (kompetitif dalam bersaing berusaha untuk meraih keunggulan usaha dan tidak takut menghadapi kompetitor usaha). Tetapi dalam penelitian ini heterogen dengan penelitian Lumpkin dan Dess dengan menjelaskan bahwa item yang membangun *competitive aggressiveness* tidak lagi hanya dua item tetapi ditambahkan item dari *autonomy* yang telah bergabung yaitu (tidak senang apabila mendapatkan masukan dari orang lain untuk menjalankan usaha dan memiliki kekuasaan penuh dalam menentukan langkah untuk menjalankan

usaha). hal ini sejalan dengan pendapat Kreiser (2010) yang menyatakan, untuk mengidentifikasi peluang dan memanfaatkan peluang dengan cepat diperlukan keputusan pribadi yang cepat pula dan sedikit dalam mendengarkan masukan dari orang lain sebagai tindakan agresif terhadap pesaing.

Dimensi *competitive aggressiveness* dibentuk oleh keempat item ini dan item dengan pernyataan “memiliki kekuasaan penuh dalam menentukan langkah untuk menjalankan usaha” mendapatkan tingkat dominan dalam studi pada pemilik UKM di Kota Pasuruan. Menurut Lumpkin dan Dess (1996) *Competitive Aggressiveness* adalah faktor penting dari *entrepreneurial Orientation*, karena tanpa faktor ini perusahaan tidak akan mampu bertahan menghadapi pesaing yang ada dan tidak akan dapat menemukan peluang-peluang baru untuk menambah keuntungan.

Tetapi apabila dilihat dalam hasil analisis deskriptif, item pernyataan *competitive aggressiveness* yang pertama adalah “kompetitif dalam bersaing berusaha untuk meraih keunggulan usaha” mempunyai nilai *mean* yang rendah hingga disimpulkan bahwa responden menolak pernyataan tersebut, yang berarti UKM yang ada di Kota Pasuruan belum kompetitif dalam bersaing untuk meraih keunggulan usaha. selanjutnya untuk item dengan pernyataan “tidak takut menghadapi kompetitor usaha” juga mendapatkan nilai *mean* yang rendah sehingga disimpulkan bahwa pemilik UKM di Kota Pasuruan cenderung takut dalam menghadapi kompetitor usahanya. Untuk item pernyataan ketiga yaitu “tidak senang apabila mendapatkan masukan dari orang lain untuk menjalankan usaha” masih cenderung memiliki *mean* rendah. Yang berarti pemilik UKM di Kota Pasuruan terlalu banyak mendengarkan masukan dari orang lain untuk menjalankan usaha.

Selanjutnya pernyataan terakhir yaitu “memiliki kekuasaan penuh dalam menentukan langkah untuk menjalankan usaha” juga mendapatkan *mean* yang rendah adanya indikasi bahwa pemilik UKM di Kota Pasuruan dalam menjalankan usahanya cenderung memberikan kesempatan bagi orang lain untuk menentukan langkah bagi usahanya. Tidak ada tingkat *autonomy* yang diterapkan.

Dan dari kelima dimensi pembentuk *Entrepreneurial Orientation* rata-rata Kota Pasuruan rendah dalam tingkat penerapan di setiap dimensi. Yang berarti rendahnya pengetahuan *entrepreneurial* dan *strategic management*.

Faktor-Faktor Dominan *Entrepreneurial Orientation* pada UKM di Kota Pasuruan

Tingkat dominan faktor faktor dalam pembentukan dimensi *entrepreneurial orientation* yang terdiri dari *Innovativeness*, *Risk Taking*, *Personal Initiative/Proactiveness* dan *Competitive Aggressiveness*. Dapat dilihat dari nilai *percentage of variance* dari masing-masing item di setiap dimensi. Faktor-faktor dominan *entrepreneurial orientation* pada UKM, studi pada pemilik UKM di Kota Pasuruan yang dominan adalah pada tingkat pertama dimensi *innovativeness* memiliki 3 pernyataan dengan pernyataan yang tertinggi, selanjutnya pada tingkat kedua yaitu dimensi *competitive aggressiveness* dengan 4 item pernyataan, pada tingkat ketiga terdapat dimensi *personal initiative/proactiveness* dengan 2 item pernyataan Dan pada tingkat terakhir yaitu dimensi *risk taking* dengan 3 item.

Penjelasan ini sekaligus menolak hipotesis kedua yang telah tertulis dalam bab tinjauan pustaka yaitu Tidak terdapat perbedaan karakteristik antara faktor-faktor *Innovativeness*, *Risk taking*, *Personal Initiative / proactiveness*, *Autonomy*, *Competitive Aggressiveness*. Bukti ditolaknya hipotesis kedua adalah urutan item-item antara konteks negara maju dengan negara berkembang. Dalam hal ini terdapat perbedaan susunan item dari dimensi-dimensi pembentukan *entrepreneurial orientation* di Kota Pasuruan. dan bergabungnya dimensi *autonomy* kedalam *personal initiative/proactiveness* dan *competitive aggressiveness*. Dan ditemukan konstruk item baru yang Saling berkaitan antara *risk taking* dan *personal initiative/proactiveness*. Menjadi bukti bahwa heterogen dan berbedanya karakteristik antara faktor-faktor *entrepreneurial orientation* yang diterapkan di negara maju dan karakteristik *entrepreneurial orientation* yang diterapkan dalam negara berkembang.

Faktor yang dominan dalam *entrepreneurial orientation* pada UKM di Kota Pasuruan adalah *innovativeness*. Dimana pemilik UKM di Kota Pasuruan menurut Miller (1983) berinisiatif untuk meninggalkan teknologi atau praktik-praktik yang lama dan sudah ada untuk mencari hal-hal baru untuk menuju ke arah yang lebih baik. Dan seorang pemilik usaha yang memiliki tingkat inovasi tinggi di haruskan untuk membentuk pola pikir ide baru yang berfokus pada produk, layanan, administrasi atau

teknologi (Lumpkin & Dess, 1996). Sedangkan untuk faktor yang terendah yaitu *Risk Taking*.

Dalam keseluruhan penerapan dimensi *entrepreneurial orientation* yang terdiri dari *innovativeness*, *competitive aggressiveness*, *personal initiative/proactiveness* dan *risk taking*. Yang diterapkan dalam UKM di Kota Pasuruan meski empat dimensi ini dominan diterapkan tetapi kurang maksimalnya penerapan terbukti dari tingkat nilai *mean* yang rendah dan juga rendahnya kemampuan pemilik UKM di Kota Pasuruan untuk memahami pengertian kewirausahaan untuk menjalankan usaha menjadikan rendahnya penerapan dimensi *entrepreneurial orientation* dan melambatnya perkembangan UKM yang ada di Kota Pasuruan hingga berakibat pada tingkat perekonomian kota pasuruan yang menurun.

Pemerintah Kota Pasuruan harus melakukan tindakan agar tingkat keberanian pemilik UKM yang ada di Kota Pasuruan berani untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam berinovasi, kompetitif dalam bersaing, proaktif, dan berani mengambil resiko. Dengan memperhitungkan peluang secara tepat. Dan melakukan pelatihan profesional atau informal agar kemampuan pemilik UKM untuk menerapkan dimensi-dimensi *entrepreneurial orientation* dapat meningkat dan paham akan usahanya. sehingga dalam jangka panjang memajukan perekonomian di Kota Pasuruan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. karakteristik pemilik UKM dalam penelitian ini sangat mirip dengan studi tentang kewirausahaan lainnya yaitu dalam demografi usia. Usia dominan pemilik UKM di Kota Pasuruan dalam penelitian berusia antara 31 dan 40 tahun. Selanjutnya, penelitian ini menegaskan bahwa, seperti di negara-negara lain ((Bosma & Harding 2007), pria mendominasi kegiatan kewirausahaan di Kota Pasuruan di buktikan dari total responden penelitian lebih banyak pria. Dalam hal latar belakang pendidikan, banyak pemilik UKM di Kota Pasuruan dalam penelitian ini berpendidikan sekolah menengah, hal ini yang dianggap perlu di tindak lanjuti oleh pemerintah untuk terus berkonsentrasi melakukan pelatihan formal atau professional agar pemilik UKM memahami cara untuk dapat *survive* dalam pasar. Selanjutnya rata-rata, pemilik UKM

Indonesia telah beroperasi bisnis mereka untuk antara 6 dan 15 tahun.

2. faktor-faktor yang menentukan *Entrepreneurial Orientation* pada UKM di Kota Pasuruan adalah *Innovativeness* sebagai dimensi dominan, tingkat kedua terdapat *competitive aggressiveness*, tingkat ketiga terdapat *personal initiative/proactiveness*, dan pada tingkat yang paling terakhir adalah *risk taking*. Keempat dimensi ini secara bersama-sama diterapkan dalam UKM di Kota Pasuruan.
3. faktor yang dominan dalam *Entrepreneurial Orientation* pada UKM di Kota Pasuruan adalah *innovativeness*. Pemilik UKM di Kota Pasuruan menurut Miller (1983) berinisiatif untuk meninggalkan teknologi atau praktik-praktik yang lama dan sudah ada untuk mencari hal-hal baru untuk menuju ke arah yang lebih baik. Dan seorang pemilik usaha yang memiliki tingkat inovasi tinggi di haruskan untuk membentuk pola pikir ide baru yang berfokus pada produk, layanan, administrasi atau teknologi (Lumpkin & Dess, 1996).
4. mengkonfirmasi konstruk dimensi dan item yang membangun dimensi *Entrepreneurial orientation* yang diterapkan di Indonesia khususnya di Kota Pasuruan yang merupakan negara berkembang yaitu heterogen dengan konstruk dimensi *Entrepreneurial Orientation* yang diterapkan di Texas, Amerika Serikat yang merupakan negara maju oleh peneliti Lumpkin & Dess (1996).

A. Keterbatasan Studi

Seperti penelitian lain, penelitian ini bukan tanpa keterbatasan. Keterbatasan yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemungkinan besar ada faktor-faktor lain yang belum ditemukan dalam penelitian ini untuk membentuk *entrepreneurial orientation* dan memperkaya disiplin ilmu kewirausahaan.
2. Kemungkinan sampel dalam penelitian ini kurang maksimal agar mendapatkan hasil yang benar-benar diharapkan dari total populasi berjumlah 641 UKM yang ada di Kota Pasuruan.
3. Penggunaan metode kuantitatif yang dianggap kurang menjawab permasalahan *entrepreneurial orientation* secara mendalam terkait dengan variabel motivasi dalam menjalankan usaha yang diindikasikan menjadi penentu

entrepreneurial orientation dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia.

B. Saran untuk penelitian selanjutnya

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi para peneliti yang ingin menggunakan konsep yang sama adalah sebagai berikut :

1. Penggunaan responden yang maksimal dari total populasi agar dihasilkan analisis data yang diharapkan dan baik.
2. Tidak homogenya pembentuk dimensi *entrepreneurial orientation* pada peneliti sebelumnya dan penelitian ini menimbulkan celah yang baik untuk diteliti oleh peneliti masa yang akan datang sebagai upaya menyempurnakan konsep *entrepreneurial orientation*.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian *mix method* yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif sehingga dapat menjawab permasalahan *entrepreneurial orientation* secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Anik S. 2016. *Data Statistik BPS Kota Pasuruan*. Pemerintah Kota Pasuruan
- Bosma, N & Harding, R 2007, *Journal of Global Entrepreneurship: GEM 2006 Journal*, Babson College and London Business School
- DF Kuratko, Michael, Minet. 2015. *Understanding the dynamics of Entrepreneurship through framework approaches journal*
- Dillon WR. 1984. *Multivariate analysis method and Applications*. Canada. John Wiley & Sons inc
- Dillman, DA 2007, *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*, 2nd edn, Wiley & Sons, Hoboken, NJ.
- Drucker, PF. 2002. *the discipline of innovation*. Harvard Business review Journal
- Hair, Joseph F. Bill Black, Barry Babin, Rolph E. Anderson, and Ronald L Tatham. 2010. *Multivariate Data Analysis*, New York. Upper Saddle River: Pearson Education
- Hair, Joseph F., Robert P. Bush, and David J. Ortinau. 2006. *Marketing research : within a changing*

information environment. New York: MacGraw-Hill

- Indarti, N & Langenberg, M 2016, 'Factors Affecting Business Success Among SMEs: Empirical Evidences From Indonesia', paper presented to The second bi-annual European Summer University 2016, The University of Twente, Enschede, The Netherlands. Diakses pada tanggal 23 November 2016 <http://www.utwente.nl/nikos/archief/esu2004/papers/indartilangenberg.pdf>.
- Miller D, Friesen. 1982. *Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum*. Strategic Management Journal. Vol 3, 1-25
- Stefanie, Michael. 2010. *Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners*. Journal of Work and Organizational Psychology. Psychology Press
- Sekaran, Uma. 2006. *Research methods for business*. Jakarta. Salemba Empat
- _____. 2011. *Metodologi penelitian untuk bisnis*. Jakarta : salemba empat.
- Thomas M, Robert S. 2011. *From Longevity of Firms to Transgenerational Entrepreneurship of Families : Introducing Family Entrepreneurial Orientation*. Journal Family Business Review XX(X) 1–20
- Wiklund J. 2007. *Entrepreneurial Orientation, Risk Taking, and Performance in Family Firms*. Jorunal Family Business Review. Family Firm Institute, Inc. Vol XX no 1
- Zen, Muhammad. 2009. *UKM banyak kelemahan tapi tahan banting*. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2016 dari <http://www.mhzen.wordpress>
- Zikmund, WG 2003, *Business Research Methods*, 7th edn, Thomson/South Western, Cincinnati, OH
- Zimmerer, NM Scarborough, D Wilson. 2005. *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Journal of Management