

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang. kreativitas dan inovasi merupakan pemikiran dan tindakan yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan dan dilakukan secara terus-menerus tanpa henti sebagai upaya menjaga kelangsungan usaha dan untuk menemukan peluang untuk memperbaiki usaha dan kerja. Kewirausahaan itu sendiri merupakan suatu usaha untuk menentukan, mengembangkan, kemudian menggabungkan inovasi dan kesempatan yang lebih baik agar memiliki nilai yang dalam sehingga dapat menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja (Kurniawati, et.al. 2019).

Begitu pula di Indonesia, usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan bagian dari usaha nasional yang berperan penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Tidak hanya untuk pertumbuhan ekonomi negara maju, tetapi juga seluruh negara di penjuru dunia karena UKM memberikan kontribusi yang berarti pada pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) di setiap negara (Bamford & Bruton, 2011:11). UKM juga dapat dianggap sebagai lokomotif pertumbuhan ekonomi nasional dan regional (daerah), karena berpotensi dalam memberdayakan semua sumber daya yang ada dan mendorong tumbuhnya pembangunan kewirausahaan. Peranan UKM di Indonesia yaitu peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi, peningkatan ekspor non migas dan berkontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB). UKM juga menyediakan kesempatan kerja yang sangat besar, sehingga UKM di Indonesia memerlukan perhatian khusus agar dapat terus tumbuh dan mengembangkan usahanya.

Namun, kontribusi UKM yang besar secara agregat belum mencerminkan kinerja terbaik UKM di Indonesia dalam persaingan pasar domestik maupun pasar mancanegara. Hal ini disebabkan oleh berbagai persoalan yang dihadapi para

pelaku UKM di Indonesia. Sebagaimana laporan Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) pada tahun 2012 menyebutkan bahwa pertama kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurism*) pelaku UKM masih rendah dalam melakukan inovasi produk. Kedua, tingkat keahlian (*level of expertise*) masih belum memadai dalam menyelesaikan persoalan organisasi dan manajemen usaha secara efisien, efektif dan fleksibel. Ketiga, jejaringan (*networking*) masih terbatas sehingga menghambat akses informasi, pasar dan input dibanding UKM di negara lain. Keempat, keterhubungan (*linkage*) masih minim sehingga tidak dapat mengeksplorasi dengan baik pasar nasional maupun regional. Terakhir, akses keuangan (*access of financial*) kurang berpihak terhadap pelaku UKM sehingga terkendala dalam pengembangan usaha ke skala yang lebih besar. Kelemahan ini tidak hanya menghambat pertumbuhan kinerja UKM, tetapi juga melemahkan daya saing UKM pada suatu provinsi (Lantu, Triaday, Utami, & Ghozali, 2016).

Dalam hal ini, pemerintah Indonesia menunjukkan perhatiannya dalam wujud nyata terhadap UKM dengan mengeluarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan menengah. Isi undang – undang ini menyebutkan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah akan menumbuhkan iklim usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek: pendanaan, saran dan prasarana, informasi usaha, kemitraan, perijinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang dan dukungan kelembagaan, serta pemerintah akan memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan desain dan teknologi. Jika dilihat pada pertumbuhan industri di Indonesia baik manufaktur maupun jasa terus meningkat dan berkembang, seiring dengan perkembangan ekonomi dan di dunia. Salah satu strategi pembangunan ekonomi dan industri di Indonesia yaitu industri kreatif. Industri kreatif memiliki ketergantungan impor yang rendah, dan memiliki potensi ekspor, karena adanya keunggulan komparatif. Selain itu, di Indonesia juga telah memiliki beberapa kota yang di dalamnya berkembang industri kreatif yang cukup potensial, yaitu Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Bali dan Medan.

UKM di Indonesia banyak bergerak di bidang industri kreatif, industri kreatif ini merupakan salah satu bagian dari industri batik. Yang Industri batik ini berperan penting mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan produknya telah diminati pasar global. Kewirausahaan menjadi solusi agar usaha di sektor bidang industri batik dapat terus berjalan. UKM Batik ini dikelola masih menggunakan cara tradisional. Hal ini dikarenakan pengetahuan akan teknologi yang masih rendah dan kurangnya inisiatif untuk mengembangkan usaha dengan menggunakan teknologi baru. Permasalahan lainnya yaitu terletak pada bahan baku, bahan baku masih kurang terjangkau oleh pelaku usaha karena bahan baku yang digunakan didapatkan dari luar kota sehingga pelaku usaha harus menambah pengeluaran biaya untuk mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan. dengan menambah biaya yang diperlukan untuk produksi, membuat keuntungan yang diperoleh menjadi lebih kecil, sedangkan untuk menaikkan harga output batik para pengusaha cukup kesulitan karena takut harga terlalu tinggi dipasaran.

Kendala lain yang dihadapi adalah semakin banyak pelaku usaha sejenis terlebih dari kota-kota besar penghasil batik yaitu Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Solo, Pekalongan, dan Bali. Banyaknya pesaing dengan modal yang jauh lebih besar menjadikan pemilik usaha batik sulit untuk memperluas pasarnya. Modal yang dipakai oleh pemilik usaha batik sebagian berasal dari uang pribadi dan beberapa menggunakan pinjaman bank dengan bunga dan jangka pengembalian yang lama. Dukungan pemerintah yang ada hanya berupa pelatihan dan peralatan membatik, belum ada bantuan dari pemerintah yang berbentuk dana untuk modal para pemilik usaha. Keterbatasan dalam jangkauan pemasaran dan ketersediaan bahan baku pada usaha batik di Kota Medan mengakibatkan sulitnya batik Medan ini berkembang dengan baik.

Proses pengelolaan batik kini telah bergeser dari yang sifatnya teknis ke kreativitas, karena kualitas dan daya tarik batik terfokus pada motif. Motif batik bisa pada jenis bahan yang digunakan, pola, tata warna, ciri-ciri dan atau pengembangan. Sehingga yang menjadi pusat permasalahan adalah bagaimana

model pengembangan inovasi produk dan motif seni batik dalam upaya mengembangkan sentra Batik Sumatera Utara berbasis kreativitas seperti di Medan yang mendorong industri kreatif dan pengembangan kinerja usaha batik. Batik Sumatera Utara yang ada di Medan yang dihasilkan diharapkan akan lebih berkompetitif di pasaran dan memiliki daya saing lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenisnya. Batik ini biasa digunakan oleh masyarakat yaitu sebagai identitas bagi bangsa Indonesia, bukti ikut melestarikan budaya Indonesia, dan sebagai semangat nasionalisme artinya dengan memakai batik, berarti kita bangga dengan budaya leluhur kita. Batik di minati karena motifnya memiliki ciri khas daerah asalnya sehingga masyarakat tidak mudah bosan akan pilihan coraknya. Beberapa contoh gambar motif batik berdasarkan ciri khas asal daerahnya.



Gambar 1. 1 *Motif Batik Tujuh Rupa*

Berdasarkan Gambar 1 diatas merupakan Motif Batik Tujuh Rupa yang berasal dari daerah Pekalongan, Batik Pekalongan ini menampilkan bentuk motif bergambar hewan atau tumbuhan. Dan motif tersebut diambil dari berbagai campuran kebudayaan lokal dan etnis cina.



Gambar 1. 2 *Motif Batik Gentongan*

Berdasarkan Gambar 2 diatas merupakan Motif Batik Gentongan yang berasal dari daerah Madura. Batik Madura ini menggunakan motif abstrak

seederhana, tanaman atau kombinasi keduanya. Warna batik Gentongan biasanya mengambil warna terang seperti merah, kuning, hijau, atau ungu. Batik Gentongan sendiri diambil dari gentong, yakni gerabah yang dipakai sebagai wadah untuk mencelup kain batik pada cairan warna.



Gambar 1. 3 *Motif Batik Mega Mendung*

Berdasarkan Gambar 3 diatas merupakan Motif Batik Mega Mendung yang berasal dari daerah Cirebon. Motif batik Mega Mendung cukup sederhana namun memberi kesan mewah. Motif mendung di langit mega yang berwarna cerah inilah yang membuat batik Mega Mendung sangat cocok dipakai orang tua maupun anak muda, baik perempuan maupun laki-laki.



Gambar 1. 4 *Motif Batik Parang*

Berdasarkan Gambar 4 diatas merupakan Motif Batik Parang yang berasal dari Pulau Jawa. Motif batik Parang berasal dari kata pereng atau miring. Bentuk motifnya berbentuk seperti huruf “S” miring berombak memanjang. Motif Parang ini tersebar di seluruh Jawa, mulai dari Jawa Tengah, Jogjakarta dan Jawa Barat. Biasanya, perbedaannya hanya terletak pada aksan dari batik Motif parang

tersebut. Misalkan, di Jogja ada motif Parang Rusak dan Parang Barong, di Jawa Tengah ada Parang Slobog, serta di Jawa Barat ada Parang Klisik.



Gambar 1. 5 Motif Batik Gorga Batak

Berdasarkan Gambar 1.5 diatas merupakan contoh Motif Batik kota Medan yang berasal dari Sumatera Utara. Batik Medan memiliki ciri khas tersendiri dengan paduan motif Ulos dari berbagai etnik di Sumatera Utara. Batik tersebut dinamakan Batik Motif Medan karena Motif batiknya disesuaikan dengan lima etnis Batak yang ada di Sumatera Utara, yaitu Mandailing, Tapanuli Utara (Toba), Simalungun, Karo, Pakpak Dairi, dan Tapanuli Tengah. Motif batik dari lima etnis Batak itu diantaranya corak kain ulos Batak, Motif Hari Hara Sundung di Langit yang menunjukkan ciri khas Batak Toba, dan motif Pani Patuna dari Simalungun. Selain itu, Motif Melayu seperti Pucuk Rebung, Semut Beriring, Itik Pulang Petang. Kemudian Motif Toba, ada Desa Nawalu, Gorga Sitompi, Batak Mandailing dengan Motif Mataniari yang juga dikembangkan sebagai Motif Batik Medan. Batik Medan yang didesain dari kain Ulos yang dihasilkan tiap kabupaten yang ada di Sumut semakin di minati walau masih terkesan kaku karena biasanya Ulos cenderung digunakan untuk acara adat saja.

Batik kota Medan ini berdiri pada tahun 2009, pemilik usaha batik ini awalnya mengikuti pelatihan untuk membatik di tahun 2008. Yang membedakan jenis batik motif khas Sumatera Utara ini adalah bentuk goresan dari canting yang tidak berbentuk bintik. canting yang mengukir kain berupa garis yang terus tersambung diatas media kain. Dalam menjalankan dan memperkenalkan batik motif Batak ini pemilik usaha batik khas Sumatera Utara sering mengikuti pameran-pameran yang ada dikampus-kampus. Usaha yang digeluti olehnya

bertujuan dari pembentukan usahanya diantaranya untuk mempermudah dalam menggandakan ukiran yang ada pada bangunan-bangunan adat yang terdapat ukiran gorga batak kedalam media kain dengan cara membatiknya. Menurutnya usaha ini akan menjadi media untuk mempertahankan budaya suku batak, karena melihat ukiran-ukiran pada bangunan-bangunan adat mengikuti perkembangan zaman. Begitu juga membantu dalam membuka lapangan pekerjaan baru.

Dalam hal ini, UKM kota Medan merupakan salah satu peluang bisnis yang bisa dijadikan sebagai alat pendapatan masyarakat di kota Medan dan Provinsi Sumatera Utara pada umumnya. Hal ini perlu dinilai agar dapat bersaing di era teknologi dan informasi yang menuntut eksistensi usaha dalam internet. Dan peluang yang didapatkan pelaku UKM di kota Medan menjadi salah satu sarana untuk memasarkan produk UKM Batik khas kota Medan. UKM Batik khas kota Medan diharapkan mampu dapat bersaing dan menjadi lebih unggul ketika dibantu diperkenalkan oleh UKM kota Medan. Dengan begitu, brand dan tingkat penjualannya pun akan meningkat dan lebih memberikan untung kepada pelaku UKM di Medan.

Tabel 1. 1
Data Rekapitulasi UKM Kota Medan 2021

| Sektor Usaha | Jumlah Usaha | Persentase (%) |
|---------------------|---------------------|-----------------------|
| Kuliner | 161 | 9,07 |
| Jasa | 1487 | 83,78 |
| Batik | 127 | 7,15 |
| Jumlah | 1775 | 100 |

Sumber Data: Dinas Koperasi dan UKM
Kota Medan (2021)

Pada tabel 1.1 memberikan penjelasan terkait gambaran jumlah UKM di Kota Medan yang sudah terdaftar sangat bervariasi. Sektor usaha yang memiliki persentase terkecil adalah Batik 7,15 persen sedangkan persentase tertingginya

adalah jasa 83,78 persen. Perkembangan UKM di Kota Medan diharapkan dapat mencapai keberhasilan yang tidak lepas dari peran kinerja yang baik. Kinerja usaha merupakan elemen penting dari kinerja perusahaan secara umum karena kinerja usaha merupakan konsep untuk mengukur prestasi pemasaran suatu perusahaan. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasinya sebagai cerminan dari keberhasilan usahanya dalam persaingan pasar (Purwanto, 2017).

Kinerja usaha selama ini masih sering diabaikan oleh pelaku UKM, padahal untuk bisa mengetahui sejauh mana keberhasilan dalam melaksanakan kegiatannya harus diketahui bagaimana kegiatan tersebut dilaksanakan. Hal ini disebabkan seringnya pelaku UKM buka dan tutup usaha, berganti usaha yang dilakukan karena mengalami kerugian atau pun kurang diminati atau bahkan kalah bersaing dengan pengusaha yang lebih besar, serta kemampuan dalam pengelolaan usaha yang mendasar belum dimiliki oleh pelaku usaha. Beberapa masalah itu sebenarnya yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha yang dilakukan, namun dengan adanya manajerial yang bagus dan keinginan untuk melakukan inovasi diharapkan masalah tersebut dapat diatasi (Suswanto, 2011:84).

Santy (2016:41) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah suatu proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan untuk mengambil masukan baru atau suatu perubahan yang dilakukan dalam bisnis yang dijalankan oleh wirausahawan. Dan orientasi kewirausahaan diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha.

Selain itu, karakteristik wirausahawan juga diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja suatu usaha. Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Keterampilan dan strategi seorang wirausaha harus mampu menciptakan suatu peluang kesuksesan bagi dirinya, perusahaannya, maupun orang lain. Oleh karena itu, untuk mendapatkan segala sesuatu tentang kesuksesan yang berhubungan dengan usahanya, seorang wirausaha yang berhasil harus mempunyai karakteristik kewirausahaan. Karakteristik tersebut meliputi

kepercayaan diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan dan orientasi masa depan. Dengan adanya kemampuan berwirausaha yang baik, maka akan mendorong perkembangan usaha yang baik dan sesuai dengan perencanaan yang diharapkan.

Untuk memperkuat latar belakang, maka penulis melakukan pra survey sebanyak 30 orang. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pelaku UKM batik khas kota Medan. Penulis sudah melakukan pra survey terkait pelaku UKM batik khas kota Medan.

Tabel 1.2

Hasil Pra Survey Orientasi Kewirausahaan

| No. | Keterangan | Ya | Tidak | Jumlah Responden | Target dalam % |
|-----|--|-------|-------|------------------|----------------|
| 1. | Apakah anda sebagai pelaku usaha melakukan riset pasar (proses menganalisis kelayakan pemasaran suatu produk atau layanan baru) terdahulu sebelum memperkenalkan usaha anda? | 86,7% | 13,3% | 30 | 100 |
| 2. | Apakah anda mengenali kelemahan usaha anda untuk menghindari adanya kegagalan dalam berusaha? | 26,7% | 73,3% | 30 | 100 |

Sumber: Hasil Pra- survey, (2022)

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa dari hasil pra survey yang dilakukan penulis terdapat pada point yang ke 2 dengan persentase yang menjawab Ya sebesar 26.7% dan sebesar 73.3% yang menjawab Tidak, dimana para pelaku usaha belum sepenuhnya mengenali kelemahan usahanya untuk menghindari adanya kegagalan dalam berusaha. Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wardi menyatakan bahwa Orientasi kewirausahaan meliputi keproaktifan, keberanian mengambil resiko dan keinovasian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

Tabel 1.3
Hasil Pra-Survey Karakteristik Kewirausahaan

| No. | Keterangan | Ya | Tidak | Jumlah Responden | Target dalam % |
|-----|--|-------|-------|------------------|----------------|
| 1. | Apakah anda sebagai pelaku usaha berinovasi (membuat gagasan baru) terhadap usaha anda? | 23,3% | 76,7% | 30 | 100 |
| 2. | Apakah anda sebagai pelaku usaha berani mengambil resiko ketika usaha yang anda jalankan tidak sesuai yang diharapkan? | 83,3% | 16,7% | 30 | 100 |

Sumber: Hasil Pra- survey, (2022)

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa dari hasil pra survey yang dilakukan penulis terdapat pada point yang ke 1 dengan persentase yang menjawab Ya sebesar 23.3% dan sebesar 76.7% yang menjawab Tidak, dimana para pelaku usaha belum sepenuhnya merencanakan gagasan baru (berinovasi) terhadap usahanya. Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Tabel 1.4
Hasil Pra-survey Kinerja usaha

| No. | Keterangan | Ya | Tidak | Jumlah Responden | Target dalam % |
|-----|--|-------|-------|------------------|----------------|
| 1. | Apakah anda sebagai pelaku usaha selalu memperhatikan tingkat pertumbuhan penjualan untuk menunjang keberhasilan usaha anda? | 16,7% | 83,3% | 30 | 100 |

Sumber: Hasil Pra- survey, (2022)

Tabel 1.4 menjelaskan bahwa dari hasil pra survey kinerja usaha yang sebesar 83,3% menjawab Tidak, menunjukkan bahwa pelaku usaha masih sering kurang memperhatikan/mengabaikan tingkat pertumbuhan penjualan usahanya karena tingkat pertumbuhan penjualan itu menggambarkan keberhasilan suatu

usaha dan diiringi dengan adanya mendapat keuntungan dari usahanya yang dijalankannya.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Toko Batik Yang Terdaftar Di Dinas Koperasi Dan UKM Kota Medan)*”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka penulis akan merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha toko batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha toko batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha toko Batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha toko batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha toko batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha toko batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dan mengetahui lebih dalam lagi mengenai orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan

terhadap kinerja usaha toko batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.

2. Bagi Pemilik Toko Batik

Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi bisnis atau organisasi dan semua pihak yang berkepentingan dalam bisnis dan dapat menjadi pertimbangan untuk menetapkan orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha toko batik yang terdaftar di dinas koperasi dan UKM Kota Medan.

3. Bagi Universitas HKBP Nommensen

Sebagai penambah literature kepustakaan di bidang penelitian khususnya kewirausahaan mengenai orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha toko batik yang terdaftar di dinas koperasi dan UKM Kota Medan.

4. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dan sebagai bahan pertimbangan untuk peneliti yang ingin dan tertarik meneliti tentang kinerja usaha toko batik yang terdaftar di dinas koperasi dan UKM Kota Medan.

BAB 2

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

Menurut Amrulloh (2017:48), Orientasi kewirausahaan adalah cerminan sifat pengusaha yang melekat atau watak dan ciri-ciri yang ada pada diri pengusaha dan berkemauan keras untuk mewujudkan gagasan ataupun pemikiran yang dimilikinya. Menurut (Lumpkin dan Dess, 2016:21) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah mempunyai sikap mencari peluang, berani mengambil resiko, dan pengambilan keputusan yang didorong sifat kepemimpinan yang kuat dan memiliki nilai tertentu. Sedangkan menurut Nuvriasari *et, al.* (2020:29), orientasi kewirausahaan mencerminkan sejauh mana organisasi dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang belum dimanfaatkan. Dari beberapa pengertian di atas, penulis menyimpulkan orientasi kewirausahaan adalah proses, praktek dan kegiatan pengambilan keputusan atau kecenderungan individu untuk mencari peluang, keberanian mengambil resiko serta agresivitas bersaing guna untuk memenangkan persaingan.

2.1.2. Indikator Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan memiliki 3 Indikator menurut Nuvriasari (2012:244) antara lain:

1. Keinovasian

Kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperbaiki kinerja usaha. Karena dalam berwirausaha cenderung melibatkan ide-ide baru dan berkegiatan untuk menghasilkan suatu produk yang baru.

2. Proaktif (*Proactiveness*)

Kemampuan para wirausahawan untuk melihat ke depan dengan melibatkan pengenalan produk/jasa baru menjelang kompetisi dan bertindak untuk mengantisipasi perubahan permintaan di masa depan. Sikap proaktif mengacu pada perspektif cara pandang ke depan (*forward looking*) dalam pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru.

3. Berani mengambil resiko

Sejauh mana seorang wirausahawan itu bersedia untuk membuat komitmen yang besar dan beresiko terhadap usahanya.

2.1.3. Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik wirausaha adalah suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang menjadi dasar, sumber daya, penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup (Maisaroh, 2019:2). Karakteristik merupakan ciri khas atau sifat yang menunjukkan identitas seseorang. karakteristik ini termasuk bagaimana orang melihat, berpikir, bertindak, dan merasakan yang merupakan interaksi genetik dan pengaruh lingkungan Wibowo (2015:15).

2.1.4. Indikator Karakteristik Kewirausahaan

Dengan kemampuan berwirausaha yang baik maka akan mendorong perkembangan usaha yang baik dan sesuai dengan perencanaan yang diharapkan oleh seorang wirausaha. Oleh karenanya seorang wirausaha harus mempunyai karakteristik kewirausahaan. karakteristik wirausahawan juga diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja suatu usaha. Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide (Shan Peng *et.al*, 2016).

Menurut Endang dan Rizky (2017:83) mengemukakan pengukuran dalam karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh kewirausahaan terdiri dari:

1. Percaya diri (*Self confidence*)

Percaya diri (*Self confidence*) adalah kepercayaan dan keyakinan akan kemampuan diri, optimis, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Percaya diri merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Begitu juga seorang wirausahawan harus memiliki sifat kepercayaan diri yang tinggi karena kepercayaan diri adalah sikap yakin akan kemampuan diri sendiri terhadap pencapaian, keinginan

2. Orientasi Pada Hasil

Orientasi pada hasil adalah kemampuan mempertahankan komitmen pribadi yang tinggi untuk menyelesaikan tugas, dapat diandalkan, bertanggung jawab, mampu secara sistematis mengidentifikasi resiko dan peluang dengan memperhatikan keterhubungan antara perencanaan dan hasil untuk keberhasilan suatu organisasi.

3. Pengambilan Resiko

Salah satu karakteristik seorang wirausaha adalah berani mengambil resiko. Resiko bagi para wirausaha bukanlah sebagai suatu hambatan untuk meraih kesuksesan tetapi untuk dijadikan sebagai suatu tantangan. Dalam pengambilan resiko para wirausaha selalu memperhitungkan matang-matang keputusan yang akan diambil, karena pengambilan resiko berkaitan erat dengan kepercayaan diri. Semakin besar keyakinan pada kemampuan diri sendiri, maka semakin besar pula keyakinan dalam mempengaruhi hasil dan keputusan, serta semakin siap pula mencoba apa yang menurut orang lain penuh dengan dengan resiko.

4. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah sebuah kemampuan atau kekuatan di dalam diri seseorang untuk memimpin dan mempengaruhi orang lain dalam hal bekerja, dimana tujuannya adalah untuk mencapai target (*goal*) yang telah ditentukan. Dalam berwirausaha karakter yang perlu dimiliki oleh seorang wirausaha adalah keberanian untuk bertindak (*Dare to act*), membangun tim yang solid

(*Build a solid team*), menjadi pendengar yang baik (*Eager to learn*), berani mengambil resiko, memiliki kepercayaan diri (*Self confidence*) dan lain sebagainya.

5. Keorisinilan

Keorisinilan adalah kemampuan untuk berpikir dan bertindak secara leluasa dan kualitas untuk menjadi sesuatu yang baru.

6. Berorientasi ke masa depan

Seorang wirausahawan yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan masa depan. Karena seorang wirausahawan yang memiliki pandangan jauh ke masa depan, akan selalu berusaha untuk berkarya dan berkarya untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada.

2.1.5. Faktor-Faktor Karakteristik Kewirausahaan

Pada dasarnya pembentukan jiwa kewirausahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausahawan dapat berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan, dan kemampuan individu yang dapat memberikan kekuatan individu untuk berwirausaha. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar pelaku usaha yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar seperti lingkungan keluarga, lingkungan dunia usaha, lingkungan fisik, lingkungan sosial ekonomi dan lain-lain.

Menurut Soegoto (2014:35) mengungkapkan ada 4 faktor yang terdapat pada karakteristik kewirausahaan antara lain:

1. Kreativitas (*The Creativity*)

Kreatif yang dimaksud ialah menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya.

2. Resiko (*The Risk*)

Siapa menghadapi resiko yang mungkin timbul, baik risiko keuangan, fisik maupun resiko sosial.

3. Penghargaan (*The Reward*)

Penghargaan yang utama adalah kebebasan yang diikuti kebebasan pribadi. Sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk apresiasi atas usahanya.

2.1.6. Kinerja Usaha

Kinerja adalah tingkat efektivitas dan efisiensi usaha-usaha yang dilakukan oleh organisasi dalam mencapai tujuan organisasi. Kinerja adalah nilai serangkaian perilaku pekerja yang memberikan kontribusi, baik secara positif maupun negatif pada penyelesaian tujuan organisasi (Wibowo, 2016:2). Sedangkan menurut Ade, *et.al.* (2017:159), menyatakan kinerja usaha merupakan suatu tolak ukur keberhasilan suatu usaha. Dan kinerja usaha juga merupakan tolak ukur yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan diperusahaan. Pengukuran aktivitas kinerja perusahaan dirancang untuk menaksir bagaimana kinerja aktivitas dan hasil akhir yang dicapai.

2.1.7. Indikator Kinerja Usaha

Menurut Shandra (2018:7), tingkat keberhasilan kinerja suatu usaha itu dapat dilihat dari beberapa indikator penilaian kinerja UKM yaitu:

1. Peningkatan penjualan

Artinya semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) maka semakin baik suatu kinerja UKM itu dalam menjalankan strateginya. Karena pertumbuhan penjualan itu menggambarkan keberhasilan suatu UKM.

2. Peningkatan keuntungan

Artinya untuk mengetahui apakah sebuah usaha itu dikatakan sehat. Karena keuntungan usaha merupakan salah satu indikator untuk mengukur pertumbuhan usaha. Dan pengukuran keuntungan dinilai dari rata-rata keuntungan usaha selama kurun waktu 3 tahun terakhir.

3. Pertumbuhan memuaskan

Artinya menilai seberapa puas wirausahawan terhadap pertumbuhan usahanya selama pertumbuhan usaha kurun waktu 3 tahun.

2.1.8. Faktor-Faktor Kinerja Usaha

Beberapa peneliti terdahulu menyampaikan ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja usaha UKM antara lain seperti yang dikemukakan oleh beberapa peneliti sebagai berikut:

1. Moore, *et. al.*, (2019) mengatakan bahwa diperlukan generasi yang lebih muda untuk menjalankan usaha agar lebih produktif dan menghasilkan terobosan-terobosan baru.
2. Nikolice, *et. al.*, (2019) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UKM antara lain: karakteristik individu dari pemilik UKM yaitu terkait dengan aspek demografi salah satunya terkait dengan kemampuan dalam mengelola usaha. Kemudian karakteristik internal non individual salah satunya terkait usia UKM tersebut. Dan yang ketiga adalah karakteristik eksternal non individual seperti lokasi tempat usaha dan infrastruktur.
3. Entrialgo, *et. al.*, (2017), Fairoz, *et.al.*, (2010) mengemukakan bahwa karakteristik personal dari UKM juga memberikan pengaruh keberhasilan usahanya, termasuk salah satunya terkait usia, gender, tingkat pendidikan, dan status perkawinan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berkaitan dengan pengaruh orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti, berikut hasil penelitian-penelitian terdahulu:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| No. | Penelitian | Judul Penelitian Terdahulu | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|-----|----------------------|--|----------------------------------|--|
| 1. | Heri Purwanto (2018) | Pengaruh Intensi Berwirausaha dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha | Analisis Regresi Linier Berganda | - Dari hasil uji Parsial menunjukkan bahwa Intensi berwirausaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha. - Hasil uji Parsial menunjukkan bahwa Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan dan |

| | | | | |
|----|---|--|----------------------------------|---|
| | | | | <p>positif terhadap kinerja usaha.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hasil uji F menunjukkan bahwa Intensi berwirausaha dan Orientasi kewirausahaan ada pengaruh secara simultan terhadap variabel kinerja usaha. |
| 2. | Jala Dara Ilham (2018) | Pengaruh orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Karakteristik Wirausahawan terhadap Kinerja Usaha (Studi UKM Laundry yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar) | Analisis Regresi Linier Berganda | <ul style="list-style-type: none"> - Dari hasil uji simultan menunjukkan bahwa Orientasi kewirausahaan, Inovasi dan karakteristik wirausahawan secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah di kota Makassar. - Hasil uji Parsial menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kinerja usaha kecil menengah di kota Makassar. - Hasil uji Parsial menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha kecil menengah di Kota Makassar. - Hasil uji Parsial menunjukkan bahwa Karakteristik wirausahawan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha kecil menengah di Kota Makassar. |
| 3. | Miftakhul Jannah Dra. Hj. S. Anugrahini Irawati, M.M. Hadi Purnomo, SE., M.M (2019) | Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban | Analisis Regresi Linier Berganda | <p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja, variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja secara simultan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban.</p> |
| 4. | Sindy Purnamasari, Andreas Wijaya | Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan | Analisis Regresi Linier Berganda | <p>Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan</p> |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| | (2020) | dan Kemampuan Pemasaran Terhadap Kinerja Bisnis UKM <i>Clothing Line</i> | | terhadap kinerja bisnis, namun orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dapat mempengaruhi kemampuan pemasaran, dan hasil yang sama pun ditunjukkan oleh kemampuan pemasaran terhadap kinerja yang mendapatkan pengaruh signifikan. |
| 5. | Nur Istikomah, Asrofi Langgeng Noerman Syah, Dewi Kartika (2021) | Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Penggunaan Informasi akuntansi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Jatinegara Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal. | Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas), Uji Regresi Linier Berganda, Uji Parsial (t) dan Uji Simultan (F) | - Hasil Uji t menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 - Modal usaha memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010 - Penggunaan informasi akuntansi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,931. - Dan hasil Uji F memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka, Karakteristik wirausaha, modal usaha, dan penggunaan informasi akuntansi berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Jatinegara Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal. |

Sumber: Diolah oleh peneliti, (2022)

2.3. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis peraturan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2017:60). Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:

2.3.1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Orientasi kewirausahaan merupakan sistem nilai perusahaan yang nantinya menentukan arah gerak atau strategi perusahaan. Orientasi kewirausahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan suatu wirausaha dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam mencapai keinginan untuk mengelola usahanya

harus memiliki sikap berani mengambil resiko, proaktif dan berinovasi. Orientasi kewirausahaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Bila pemilik usaha memiliki tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi maka dapat meningkatkan kemampuan usaha dalam memasarkan produknya dan dapat meningkatkan kinerja usaha yang lebih baik. Seperti yang dinyatakan oleh Wardi dkk, (2017) dalam jurnalnya bahwa orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian dalam mengambil resiko berpengaruh secara positif dan signifikan pada kinerja UKM di Sumatera Barat.

2.3.2. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

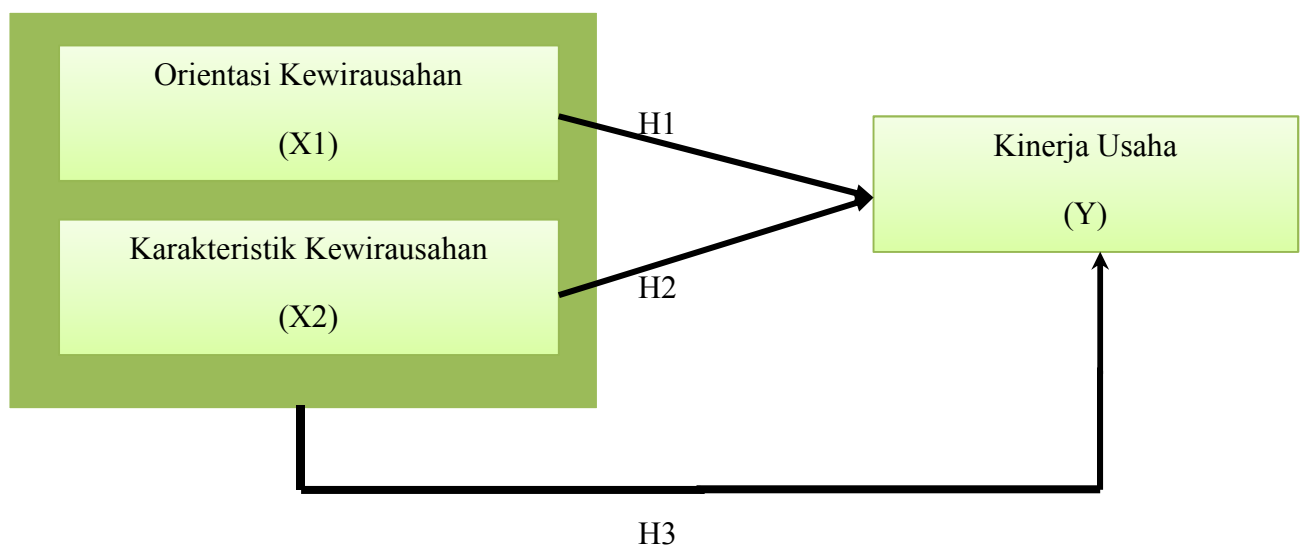
Karakteristik kewirausahaan merupakan sifat atau tingkah laku wirausaha dengan jiwa dan kemampuan yang bersifat kreatif dan inovatif, mampu mencari peluang, berani mengambil resiko dan mampu mengembangkan ide dan meramu sumber daya yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses agar kebutuhan hidupnya terpenuhi (Sumardhi dan Laily, 2018:6). Seorang wirausahawan yang memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif, mempunyai banyak pengalaman usaha serta memiliki pendidikan dan pengetahuan yang memadai dapat menemukan dan menciptakan berbagai ide yang mampu menciptakan suatu peluang kesuksesan bagi dirinya, perusahaannya, maupun orang lain. Kesuksesan yang didapatkan akan meningkatkan kinerja dari sebuah usaha yang dijalankan. Seperti yang dinyatakan oleh Wirastika Sari, Heny K. Suwarsinah, Lukman M. Baga (2016) dalam jurnalnya bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

2.3.3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Orientasi kewirausahaan merupakan faktor yang sangat penting dalam membentuk dan mengembangkan kewirausahaan usaha kecil dan menengah (UKM). Hal ini dikuatkan oleh (Covin and Slevin, 2011:32) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Adapun karakteristik kewirausahaan juga diidentifikasi sebagai

salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja suatu usaha. Karakteristik kewirausahaan yang kuat diperlukan pelaku UKM untuk membentuk kemampuan kewirausahaan sehingga diharapkan akan mampu meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) dengan melaksanakan usaha yang efisien dan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi serta mampu bertahan baik di pasar domestik maupun regional. Seperti yang dinyatakan oleh Jala Dara Ilham (2018) dalam jurnalnya menunjukkan bahwa hasil uji simutan (F) orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah Oleh Penulis (2022)

2.4. Hipotesis Penelitian

Dari penjelasan kerangka berpikir diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Orientasi Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Toko Batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
2. Karakteristik Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Toko Batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.
3. Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Toko Batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya sehingga hasilnya dapat mengetahui apa yang telah diduga. Deskriptif adalah menganalisa data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.

Pendekatan metode survey, menurut Sugiyono (2017) metode survey adalah “Penelitian yang digunakan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Metode survey bertujuan untuk mendapatkan data yang terjadi dengan teknik pengambilan data dengan angket, skor yang diperoleh dari angket kemudian dianalisis dengan analisis deskriptif dalam bentuk presentase. Dalam penelitian survey informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah UKM yang ada di kota Medan yang bergerak di bidang usaha batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan. Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Februari 2022 sampai selesai.

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

3.3.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah usaha kecil menengah pada bidang batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM di Kota Medan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah UKM kota Medan yang bergerak di bidang usaha batik kota Medan dengan jumlah populasi yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 127 usaha batik yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan.

3.3.2. Sampel

Menurut Martono (2014:61) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Apabila populasi terlalu besar, memungkinkan beberapa di antaranya akan terlewat maka digunakan rumus slovin yang dikutip oleh Umar (2013:65) untuk menentukan sampel dengan jumlah populasi 127 sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

e² = Standart error 10%

$$n = \frac{127}{1 + 127(0.1)^2} = 55,94 \text{ atau } 56 \text{ Responden}$$

Berdasarkan rumus penarikan jumlah sampel di atas, maka sampel yang akan diambil penulis dalam penelitian ini adalah sebanyak 56 sampel.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampling

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan tujuan penelitian sesuai kriteria yang sudah ditentukan. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah

berdasarkan jenis usaha yaitu pada pelaku usaha toko batik dan umur usahanya minimal 2 tahun.

3.4. Jenis Data Penelitian

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden. Dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berupa tanggapan pelaku UKM terhadap orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha Kota Medan.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder penelitian ini berupa data UKM per sektor usaha yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM kota Medan sebagai pedoman untuk mengetahui total usaha Batik di Kota Medan yang sudah terdaftar.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan menentukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono,2017). Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi yang lebih dalam atau rinci. Atau proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh melalui pengisian kuesioner.

2. Metode angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Kuesioner merupakan

sebuah teknik penghimpun data dari sejumlah orang atau responden melalui seperangkat pertanyaan untuk dijawab. Dalam hal ini penulis membuat pertanyaan-pertanyaan tertulis kemudian dijawab oleh responden. Dan bentuk angketnya adalah angket tertutup yaitu angket yang soal-soalnya menggunakan teknik pilihan ganda atau sudah ada pilihan jawaban, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang diinginkan. Dan kuesioner ini ditujukan kepada pelaku Toko Batik kota Medan.

3.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert berisi 5 tingkat referensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Skor Skala Likert

| No. | Sikap Responden | Skor |
|-----|---------------------|------|
| 1. | Sangat Tidak Setuju | 1 |
| 2. | Tidak Setuju | 2 |
| 3. | Netral/Ragu-Ragu | 3 |
| 4. | Setuju | 4 |
| 5. | Sangat Setuju | 5 |

Sumber: Diolah oleh peneliti (2022)

3.7. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015:38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat jelas dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut.

Tabel 3. 2

Definisi Variabel dan Indikator Penelitian

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala ukur |
|----------------------------------|---|---|------------|
| Orientasi Kewirausahaan (X1) | Mencerminkan sejauh mana ukm itu mampu mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan yang belum dimanfaatkan. | 1. Inovasi 2. Proaktif 3. Pengambilan Resiko Sumber: Nuvriasari (2012:244). | Likert |
| Karakteristik Kewirausahaan (X2) | Kemampuan berwirausaha yang baik maka akan mendorong perkembangan usaha yang baik dan sesuai dengan perencanaan yang diharapkan oleh seorang wirausaha. | 1. Percaya diri 2. Orientasi pada hasil 3. Pengambilan resiko 4. Kepemimpinan 5. Keorisinilan 6. Orientasi masa depan Sumber: Endang dan Rizky (2017:83). | Likert |
| Kinerja Usaha (Y) | Tingkat keberhasilan kinerja suatu usaha itu dilihat dari beberapa indikator penilaian kinerja UKM. | 1. Peningkatan penjualan 2. peningkatan keuntungan 3. pertumbuhan memuaskan Sumber: Shandra (2018:7). | Likert |

Sumber: Diolah oleh peneliti, (2022)

3.8. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, dengan melihat nilai *Sig. Correlation* < α (0,05).

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung positif dan r hitung $> r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner tersebut adalah valid.
2. Jika r hitung negative dan r hitung $< r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner tersebut tidak valid.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Alat ukur dinyatakan reliabilitas jika memberikan pengukuran yang sama meski dilakukan berulang kali dengan asumsi tidak adanya perubahan pada apa yang diukur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013:47).

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.60 , yaitu bila dilakukan penelitian berulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda dengan menghasilkan kesimpulan yang sama. Akan tetapi sebaliknya bila *Cronbach Alpha* (α) < 0.60 , maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian berulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

3.9. Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Untuk mengetahui salah satu cara yang dapat dilakukan dengan melakukan uji statistik *one – simple kolmogorov – smirnov*. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika hasil *one – simple kolmogorov – smirnov* diatas tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Dan begitupun sebaliknya jika hasil *one -*

simple kolmogorov – smirnov dibawah tingkat signifikansi 0,05 tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013: 163).

3.9.2. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik scatterplot dan prediksi variabel dependen dengan residunya (Ghozali, 2016:154).

3.9.3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* berlawanan dan *variance inflation factor (VIF)*. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Salah satu cara mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF dengan kriteria ialah:

- a. Jika nilai tolerance $\geq 0,1$ dan VIF ≤ 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
- b. Jika nilai tolerance $\leq 0,1$ dan VIF ≥ 10 , maka terjadi gangguan multikolinearitas pada penelitian tersebut.

3.10. Metode Analisis Data

Metode analisis data digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan, dengan:

3.10.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode yang dilakukan dengan cara menyusun data, mengelompokkannya, mengklasifikasikan keadaan untuk

dianalisis sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta dan sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti.

3.10.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016) analisis regresi linier digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (*Orientasi kewirausahaan* dan *Karakteristik kewirausahaan*) terhadap variabel terikat (*Kinerja usaha*). Persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Kinerja UKM

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi Parsial untuk X_1, X_2

X_1 = Orientasi Kewirausahaan

X_2 = Karakteristik Kewirausahaan

e = Kesalahan pengganggu (*Standard Error*)

3.11. Uji Hipotesis

3.11.1. Uji Parsial (uji t)

Menurut Ghozali (2018:88) uji parsial (uji t) dilakukan untuk menguji kemampuan yang dimiliki oleh variabel bebas untuk mempengaruhi variabel terikat secara signifikan. Uji t ini dilakukan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

H_0 : Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan) terhadap variabel terikat (kinerja usaha).

H_1 : Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan) terhadap variabel terikat (kinerja usaha).

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya karakteristik kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Tarif nyata (α) sebesar 0,05 (5%) yaitu:

1. Bila signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.11.2. Uji Simultan (uji F)

Uji simultan (uji F) bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap terikat. Tingkatan signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05 atau (5%), jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016). Uji F ini dilakukan dengan membandingkan signifikan F_{hitung} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan secara bersamaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan:

- a. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.12. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui kadar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisiennya berkisar antara 0 dan 1. Ketika nilai koefisien mendekati 1 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya, ketika nilai koefisien mendekati 0 maka variabel independen berpengaruh kecil terhadap variabel dependen.

