

# Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia

Dwi Gemina\*, Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih  
Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor

**Abstrak.** *Industri Kecil Menengah (IKM) memberikan sumbangan berarti bagi pertumbuhan ekonomi nasional, sebagai penggerak pembangunan daerah dibidang teknologi, memperluas kesempatan berusaha, kesempatan kerja dan peningkatan nilai tambah. Tujuan penelitian: menganalisis pengaruh motivasi usaha terhadap kemampuan usaha IKM; menganalisis pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha IKM; menganalisis pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui variabel kemampuan usaha IKM sebagai mediasi; Metode penelitian survey dan bentuk penelitian deskriptif serta verifikatif. Objek penelitian pengelola usaha IKM makanan ringan sebanyak 150 dengan menggunakan koesioner tertutup melalui pengujian path analisis. Hasil penelitian bahwa motivasi usaha berpengaruh signifikan dan berbanding lurus (positif) terhadap kemampuan usaha, semakin tinggi motivasi usaha akan diikuti tinggi kemampuan usaha. Kemampuan usaha berpengaruh signifikan dan berbanding lurus (positif) terhadap keberhasilan usaha, semakin tinggi kemampuan usaha akan diikuti tinggi keberhasilan usaha. Selanjutnya pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui variabel kemampuan usaha sebagai mediasi signifikan atau dapat diterima, sehingga motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha.*

**Kata kunci :** *motivasi usaha, kemampuan usaha dan keberhasilan usaha, industri kecil menengah, makanan ringan, Priangan Timur-Indonesia*

**Abstract.** *Small medium industries (hereafter SMIs) contributed meant to the national economic growth, as the driving regional development in technology, extending business opportunities, employment opportunities and the increase in added value. Research purposes: analyze the influence business motivation in the ability of SMIs businesses; analyze the influence of the ability of SMIs businesses to SMIs business successful; analyze the influence business motivation to SMIs business successful through variable the ability of SMIs businesses as mediation. The research method is survey with the research form of descriptive verification. 150 SMIs manager ware observed using closed questionnaire through the test of path analysis. Research results that business motivation is affecting significantly and proportionally (positive) toward the ability of SMIs businesses, the higher business motivation would be followed by high of the ability of SMIs businesses. The ability of SMIs businesses is significantly and proportionally (positive) affect the SMIs business successful, the higher the ability of SMIs businesses would be followed by high of the SMIs business successful. The business motivation to influence the SMIs business successful through the ability of SMIs businesses as mediation is significant or acceptable, so business motivation influences the SMIs business successful through the ability of SMIs businesses.*

**Keywords:** *business motivation, business ability and business successful, small medium industries, snacks, East Priangan-Indonesia*

---

\*Corresponding author. Email: [dwigemina@gmail.com](mailto:dwigemina@gmail.com)

Received: 27 Maret 2016, Revision: 06 Oktober 2016, Accepted: 26 Oktober 2016

Print ISSN: 1412-1700; Online ISSN: 2089-7928. DOI: <http://dx.doi.org/10.12695/jmt.2016.15.3.6>

Copyright©2016. Published by Unit Research and Knowledge, School of Business and Management - Institut Teknologi Bandung (SBM-ITB)

## Pendahuluan

Perkembangan dan pertumbuhan industri kecil dan menengah (IKM) dewasa ini tidak terlepas dari adanya komitmen, kebijakan, dan program pemerintah secara berkelanjutan dengan tujuan agar IKM di Indonesia dapat terus berkembang dan berdaya saing tinggi sehingga mampu berkompetisi dalam perekonomian global. Pengembangan kluster IKM merupakan amanat dari Perpres No. 28 Tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional. Pada Perpres No. 28 tersebut dinyatakan ada 5 (lima) komoditi IKM yang dikembangkan yaitu: (1) IKM makanan ringan; (2) IKM minyak atsiri; (3) IKM gerabah/keramik hias; (4) IKM batu mulia dan perhiasan; dan (5) IKM garam rakyat.

Industri kecil dan menengah makanan ringan termasuk kelompok industri yang cukup progresif perkembangannya di Indonesia. Makanan ringan termasuk barang *convenience* dan *non durable goods*. Menurut Peraturan Menteri Perindustrian RI No113/MIND/PER/10/2009 Tahun 2009, IKM makanan ringan adalah makanan hasil olahan industri yang bukan merupakan makanan pokok tetapi sebagai makanan selingan seperti aneka kerupuk (udang, ikan, bawang), aneka keripik (kacang, ikan, pisang, nangka, singkong, kentang, dan sebagainya), aneka kipang (kacang, jagung, ketan, dan sebagainya), makanan ringan lainnya seperti chiki. Makanan ringan merupakan camilan, atau kudapan (*snack*) adalah istilah bagi makanan yang bukan merupakan menu utama (makan pagi, makan siang atau makan malam). Sedangkan makanan yang dianggap makanan ringan adalah sesuatu yang dimaksudkan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit pasokan tenaga ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya.

Keberadaan IKM makanan, termasuk IKM makanan ringan, di Indonesia mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak serta mendorong berdirinya industri penunjang seperti industri pengolahan

makanan dan industri kemasan yaitu suatu industri yang memproduksi kemasan suatu produk seperti kemasan berbahan baku plastik, kertas, kaca, dan lainnya. Peluang pengembangan IKM makanan ringan di Indonesia terbuka sangat luas dikarenakan adanya dukungan faktor internal yang kuat seperti: (1) besarnya jumlah penduduk yang menjadi pasar produk industri makanan, (2) tingkat pendapatan masyarakat yang semakin meningkat yang mendorong permintaan akan produk makanan olahan, (3) sebagian besar bahan baku produksi cukup tersedia di dalam negeri, (4) cukup tersedianya tenaga kerja dengan upah yang relatif rendah, dan (5) kapasitas produksi beberapa usaha industri makanan yang masih dapat ditingkatkan.

Berbagai daerah di Indonesia telah dikenal memiliki ciri dan karakter tersendiri yang disebabkan oleh faktor lingkungan, sosial, dan budaya. Perbedaan tersebut secara jelas tampak dan tercermin dari sikap dan perilaku warga masyarakat yang bersangkutan, termasuk jenis makanan yang dikonsumsi sehingga disebut makanan khas daerah. Makanan khas daerah atau makanan khas berciri khas lokal ada yang telah lama berkembang secara spesifik di suatu daerah namun ada juga yang berkembang berbasis potensi suatu daerah.

Perkembangan industri makanan ringan di Propinsi Jawa Barat saat ini tengah berkembang sangat pesat pertumbuhan maupun perkembangan terutama industri kecil dan menengah karena mampu bertahan ditengah kondisi krisis moneter. Secara makro IKM dapat memberikan sumbangan berarti bagi pertumbuhan ekonomi nasional. IKM makanan ringan di Propinsi Jawa Barat sebagai penggerak pembangunan daerah di Jawa Barat khususnya dibidang teknologi, memperluas kesempatan berusaha dan kesempatan kerja serta peningkatan nilai tambah.

Bidang teknologi IKM makanan ringan ada dikarenakan kebutuhan dan mempermudah manusia dalam mengerjakan sesuatu. Oleh karena itu istilah teknologi tepat guna sangatlah

penting, terutama dalam penerapannya pada IKM. Teknologi memiliki dua dimensi, yaitu ilmu pengetahuan (*sciences*) dan rekayasa (*engineering*). Adapun wujud teknologi tidak hanya berupa peralatan (fisik), namun dapat pula berupa teknik, metode atau cara berproduksi. Terkait dengan penguasaan teknologi sebagai upaya peningkatan kualitas produk, diperlukan suatu strategi penguatan IKM melalui pemanfaatan teknologi yang mempertimbangkan permasalahan IKM itu sendiri. Sebagai faktor pemicu pembangunan, penguasaan teknologi yang sesuai (tepat guna) akan meningkatkan produksi dan kualitas produk IKM yang otomatis akan mendorong penguatan usaha. Dengan kata lain, teknologi menjadi kata kunci dalam mengenal, memahami permasalahan dan kebutuhan IKM. Disisi lain, penggunaan teknologi yang tidak memperhatikan sosial budaya masyarakat dapat menciptakan kesenjangan (*social lag*) yang dapat menimbulkan permasalahan bagi IKM (Departemen Perindustrian, 2014).

Pemanfaatan teknologi proses produksi diharapkan bisa selaras dengan kebutuhan dan permintaan dari para IKM yang merupakan motor penggerak serta pengguna dari teknologi proses yang ada. Pada saat ini IKM masih memiliki keterbatasan dalam pengembangan usahanya, termasuk dalam penguasaan dan pemanfaatan teknologi. Padahal penguasaan dan pemanfaatan teknologi penting mengingat penguasaan dan pemanfaatan teknologi akan meningkatkan kuantitas produk dan jasa yang akhirnya meningkatkan nilai tambah. Tanpa dukungan kemampuan penguasaan dan pemanfaatan teknologi yang andal, maka IKM akan semakin jauh tertinggal dengan usaha besar.

Kendala IKM dihadapkan pada rendahnya daya saing industri yang disebabkan penggunaan mesin dan peralatan yang masih sederhana dengan keterbatasan modal untuk investasi mesin dan peralatan produksi baru, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM), legal aspek, hingga akses pasar (Departemen Perindustrian, 2014).

Oleh sebab itu peran kewirausahaan melalui motivasi usaha dan kemampuan usaha untuk mencapai keberhasilan usaha belum optimal. Sedangkan permasalahan yang dihadapi industri kecil menengah bersifat multi dimensi, antara lain mencakup masalah-masalah internal dari setiap unit usaha, masalah eksternal dalam hubungannya dengan pemasok (*supplier*), pembeli (*buyer*) atau konsumen dan pesaing, masalah-masalah yang terkait dengan upaya pemberdayaan, serta masalah globalisasi ekonomi sehubungan dengan diperlakukannya perdagangan bebas serta kemajuan teknologi informasi. Secara internal, industri kecil menengah yang didominasi oleh usaha-usaha berskala sangat kecil (usaha mikro) berhadapan dengan masalah keterbatasan SDM seperti tingkat pendidikan yang rendah menjadikan wawasan bisnis mereka menjadi sangat sempit, semangat kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang rendah, dan tidak mempunyai atau mengenal manajemen usaha.

Dari uraian tentang permasalahan dan potensi tersebut, terlihat adanya kesempatan dan peluang untuk mengembangkan industri kecil. Kemampuan membaca peluang pasar (*opportunity market*) dan penciptaan produk yang berdaya saing dengan melakukan diversifikasi produk yang ditunjang oleh motivasi usaha dan kemampuan usaha, sangat menentukan keberhasilan industri kecil menengah makanan ringan. Kriteria usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dan Badan Pusat Statistik dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.

Kriteria UMKM Menurut UU No 20/2008 dan Kriteria Industri RumahTangga/Mikro, Kecil dan Menengah Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)

No	Uraian	Kriteria Menurut UU No 20/2008				Uraian	Kriteria Menurut BPS
		Asset (Rupiah)		Omzet (Rupiah)			
1	Usaha Mikro	50 juta		300 juta		Industri Rumah Tangga/Mikro	4 orang
2	Usaha Kecil	>50 juta	500 juta	>300 miliar	2,5 miliar	Industri Kecil	5 – 19 orang
3	Usaha Menengah	>500 miliar	10 juta	>2,5 miliar	50 miliar	Industri Menengah	20 – 99 orang

Sumber: Tambunan (2012).

Sektor UMKM atau industri rumah tangga/mikro, kecil dan menengah (IMKM) merupakan penopang utama perekonomian Indonesia, hal tersebut dapat dilihat dari besarnya jumlah pelaku UMKM atau IMKM yang mencapai 99 persen dari atau usaha sendiri total 55.211.396 pelaku usaha di Indonesia berskala UMKM atau IMKM dan tercatat mampu menciptakan lapangan pekerjaan sebanyak sekitar 99,4 juta tenaga kerja. Sementara, usaha besar menyerap sekitar 2,8 juta pekerja (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2014).

Propinsi Jawa Barat merupakan salah satu propinsi di Indonesia yang memiliki potensi bagi perkembangan sektor UMKM atau IMKM, dimana saat ini peran UMKM atau IMKM dalam pembentukan kesejahteraan masyarakat Jawa Barat sangat besar. Dengan jumlah UMKM atau IMKM sebanyak 8.214.262 unit dan menyerap 13.911.531 orang tenaga kerja dari total 18.137.043 jiwa penduduk yang bekerja, maka dapat dipastikan sebagian besar pelaku usaha dan tenaga kerja ada di Jawa Barat (Indrawan, 2013).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2014 besaran produk domestik bruto (PDB) Indonesia tahun 2013 atas dasar harga berlaku mencapai Rp 9.084,0 triliun, sedangkan atas dasar harga konstan (tahun 2000) mencapai Rp 2.770,3 triliun.

Besaran produk domestik regional bruto (PDRB) Jawa Barat tahun 2013 atas dasar harga berlaku mencapai Rp. 1.070,18 triliun, sedangkan atas dasar harga konstan (tahun 2000) mencapai Rp 386,84 triliun (BPS, 2014). Kebijakan Industri Nasional telah menyebutkan bahwa dalam rangka pengembangan kompetensi inti industri daerah setiap Pemerintah Provinsi ditugasi menyusun peta panduan pengembangan industri unggulan provinsi. Kemudian, Pemerintah Kabupaten/Kota juga ditugasi untuk menyusun peta panduan pengembangan kompetensi inti industri Kabupaten/Kota. Hal ini berkaitan dengan visi Industri Nasional 2025 yang salah satunya mengamanatkan untuk “Memilih produk-produk unggulan daerah (provinsi, kabupaten/ kota) untuk diolah dan didorong agar tumbuh dan berkembang menjadi kompetensi inti industri daerah, dan menjadi tulang punggung perekonomian regional.” Hal itu, pada akhirnya, dicita-citakan untuk bisa dipenuhi oleh sebuah sinergi antara IKM dan Industri Besar (Kementrian Perindustrian, 2014).

Pemerintah menargetkan pertumbuhan industri kecil tahun 2013 mencapai 8 persen, naik sedikit dari tahun 2012 yang hanya mencapai 6 persen. Industri makanan minuman dinilai mampu menjadi penopang pertumbuhan pada tahun ini karena jumlah pelaku sebanyak 30 persen dari total IKM. Bila pengusaha kecil bisa bertahan dari serbuan produk serupa dari China, Vietnam, dan Thailand, pertumbuhan industri makanan bisa stabil di angka 8 persen.

Dengan demikian pada tahun 2013, target pertumbuhan 8 persen, dengan omset Rp 750 triliun. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian peran kewirausahaan melalui motivasi usaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan tujuan penelitian berikut ini: menganalisis pengaruh motivasi usaha (motif, harapan, insentif, laba, kebebasan, impian personal dan kemandirian) terhadap kemampuan usaha industri kecil menengah; menganalisis pengaruh kemampuan usaha (memiliki pengetahuan usaha, sikap, memiliki keterampilan menghitung, kematangan emosional, memiliki imajinasi atau khayalan, memiliki pengetahuan praktik, memiliki pandangan ke depan, ketrampilan menemukan dan memiliki ketrampilan berkomunikasi) terhadap keberhasilan usaha industri kecil menengah; menganalisis pengaruh motivasi usaha (motif, harapan, insentif, laba, kebebasan, impian personal dan kemandirian) terhadap keberhasilan usaha industri kecil menengah melalui variabel kemampuan usaha sebagai mediasi.

Sedangkan manfaat penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk pihak terkait berikut ini: Pemerintah daerah sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pola pemberian dan pengembangan IKM; Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian lainnya yang berkaitan dengan motivasi usaha terhadap kemampuan usaha serta dampaknya terhadap keberhasilan usaha industri kecil menengah makanan ringan.

#### *Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha*

Di negara-negara maju, keinginan seseorang untuk menjadi bos terhadap dirinya sendiri cukup besar, keinginan sukses tanpa harus dibawah tekanan orang lain, misalnya meskipun perusahaan baru berjalan satu tahun, sudah berusaha keras untuk diwaralabakan. Hal ini dapat dilakukan jika pemerintah ikut memfasilitasi dengan cara memudah proses pemberian hak intelektual seperti lisensi, *trade mark*, hak waralaba, hak cipta dan sejenisnya.

Dalam aspek lain keberanian seseorang untuk mendirikan usaha sendiri (berwirausaha) sering kali terdorong oleh motivasi sehingga dapat membangkitkan minat untuk mulai mencoba berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seorang wirausaha biasanya muncul dengan sendirinya.

Menurut Sunyoto (2012) bahwa motivasi adalah suatu perangsang keinginan (*want*) daya penggerak kemauan bekerja seseorang, setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Motivasi merupakan hubungan sistematis antara suatu respons atau suatu himpunan respon dan keadaan dorongan tertentu yang terdiri motif, harapan, insentif, laba, kebebasan, impian personal dan kemandirian (Saiman, 2011; Fahmi, 2014; Hendro, 2011; Alma, 2013; Rusdiana, 2013). Bahwa dengan berwirausaha seseorang akan termotivasi untuk memperoleh imbalan minimal dalam bentuk laba, kebebasan, impian personal yang mungkin menjadi kenyataan, kemandirian disamping memiliki peluang-peluang pengembangan usaha, memiliki peluang untuk mengendalikan nasibnya sendiri.

Kewirausahaan mempelajari tentang nilai kemampuan dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi sedangkan obyek studi kewirausahaan adalah kemampuan yaitu kemampuan merumuskan tujuan hidup, kemampuan memotivasi diri, kemampuan berinisiatif, kemampuan membentuk modal, kemampuan mengatur waktu dan kemampuan membiasakan diri untuk belajar dari pengalaman (Suryana, 2013).

Sesuai dengan penelitian Fillippi dan Arthur (1994) berhasil mendefinisikan dan membedakan secara baik, antara kompetensi (kemampuan) "*know-how*" yang langsung berkaitan dengan pengetahuan pekerjaan dan ketrampilan kerja yang direfleksikan dalam kinerja karyawan (pengelola usaha); dengan kompetensi (kemampuan) "*know-why*" yang merupakan perwujudan dari tingkat ke"mengertian" karyawan (pengelola usaha)

terhadap motivasinya sendiri dalam menyelaraskan dengan tujuan-tujuan organisasi; serta kompetensi "*know-whom*" seperti jaringan kerja, baik di dalam maupun di luar organisasinya atau usahanya (Ball, 1997). Penelitian dilakukan Cham dan Purnama dan Suyanto (2010) bahwa terdapat pengaruh motivasi usaha secara simultan dan parsial terhadap kemampuan usaha industri kecil sepatu di Jawa Timur. Terdapat pengaruh kemampuan usaha secara simultan dan parsial terhadap keberhasilan usaha industri kecil sepatu di Jawa Timur. Oleh sebab itu, kewirausahaan merupakan kemampuan, sifat-sifat, nilai-nilai, dan kepribadian seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku.

*H<sub>1</sub>: Motivasi usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan usaha*

#### *Kemampuan Usaha dan Keberhasilan Usaha*

Kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, diikuti penggunaan uang, fisik, risiko, dan kemudian menghasilkan balas jasa seperti uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi. Selanjutnya kemampuan menurut Robbins (2001) suatu kapasitas individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan.

Kemampuan seseorang itu pada dasarnya merupakan hasil proses belajar, yang meliputi aspek-aspek *knowledge* (pengetahuan), *attitude* (sikap) dan *skill* atau ketrampilan yang terdiri dari memiliki pengetahuan usaha, sikap, memiliki keterampilan menghitung, kematangan emosional, memiliki imajinasi atau khayalan, memiliki pengetahuan praktik, memiliki pandangan ke depan, ketrampilan menemukan, memiliki ketrampilan berkomunikasi (Wirasasmita, 1993); Grounlund, 1977). Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Drejer menunjukkan, bahwa secara umum kompetensi (kemampuan) dapat dikelompokkan ke dalam empat elemen generik; masing-masing yaitu: (1) teknologi, yaitu sesuatu yang bersifat lebih kasat mata, seperti peralatan, mesin, piranti lunak basis data, basis data, dan lain sebagainya,

(2) Sumber daya manusia, (3) organisasi, dan (4) budaya perusahaan (Drejer, 2000). Dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif, pengetahuan atau keahlian dalam bidang perusahaan yang dilakukan mutlak diperlukan bagi seorang wirausahawan.

Pengetahuan atau keahlian dalam bidang perusahaan tersebut diantaranya sebagai berikut: 1) Pengetahuan tentang pasar dan strategi pemasaran; 2) Pengetahuan tentang konsumen (pelanggan) dan pesaing (baik yang baru masuk maupun yang sudah ada); 3) Pengetahuan tentang pemasok dan cara mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan; 4) Kemampuan menganalisis dan mendiagnosis pelanggan, mengidentifikasi segmentasi, dan motivasinya. Di samping itu, diperlukan juga adanya pengetahuan spesifik, seperti pengetahuan tentang prinsip-prinsip akuntansi dan pembukuan, jadwal produksi, Manajemen personalia, Manajemen keuangan, pemasaran, dan perencanaan. Penelitian dilakukan oleh Indriyatni (2013) bahwa faktor modal kerja, faktor kemampuan/skill, faktor lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap keberhasilan usaha. Sehingga kemampuan akan mempengaruhi kinerja pengusaha kecil yang pada gilirannya akan mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan.

*H<sub>2</sub>: Kemampuan usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha*

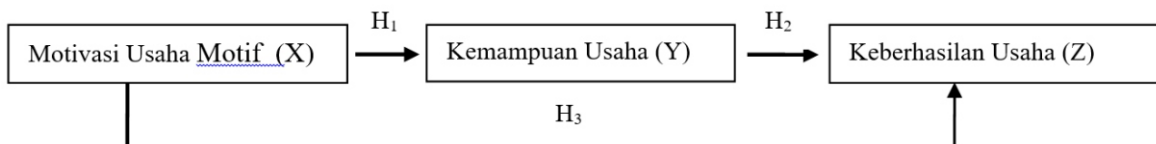
#### *Motivasi Usaha dan Keberhasilan Usaha*

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar serta salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu.

Menurut Soedjono (1993) dalam Suryana (2013) kemampuan afektif mencakup sikap, nilai, aspirasi, perasaan, dan emosi yang semuanya sangat bergantung pada kondisi lingkungan yang ada, dimensi kemampuan afektif dan kemampuan kognitif merupakan bagian dari pendekatan kemampuan kewirausahaan. Jadi, kemampuan berwirausaha merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras, dan keberanian menghadapi risiko untuk memperoleh peluang. Keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan, *image* perusahaan, maupun lainnya. (Suryana & Bayu, 2013; Algifari, 2003). Keberhasilan atau sukses, maka dalam mengukur keberhasilan bagi wirausaha dapat dibuktikan oleh prestasi yang dicapai, yaitu pertumbuhan dari perusahaan yang dikelolanya.

Pertumbuhan ini dibuktikan oleh penjualan, aset yang dimiliki perusahaan, dan jumlah karyawan. Pencapaian bukan harus sekaligus dibuktikan, melainkan tercapainya keberhasilan itu dilakukan secara bertahap. Penelitian dilakukan oleh Ie dan Visantia (2013) bahwa efikasi diri dan motivasi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keberhasilan usaha pada pemilik toko pakaian di Pusat Grosir Metro Tanah Abang Jakarta. Untuk meraih keberhasilan itu, tentunya mempunyai kiat-kiat dalam menciptakan peluang usaha, karena tahap pemanfaatan dan pengembangan kesempatan sudah menjadi hal yang rutin. Ide-ide inovatif seperti hal tersebut akan membantu dalam memotivasi pengusaha yang maju. Wawasan dan pengalaman praktis serta perilaku wirausaha serta motif prestasi dan keberhasilan ini akan sangat mempengaruhi pengusaha-pengusaha lain.

*H<sub>3</sub>: Motivasi usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha*



Gambar 1. Model penelitian

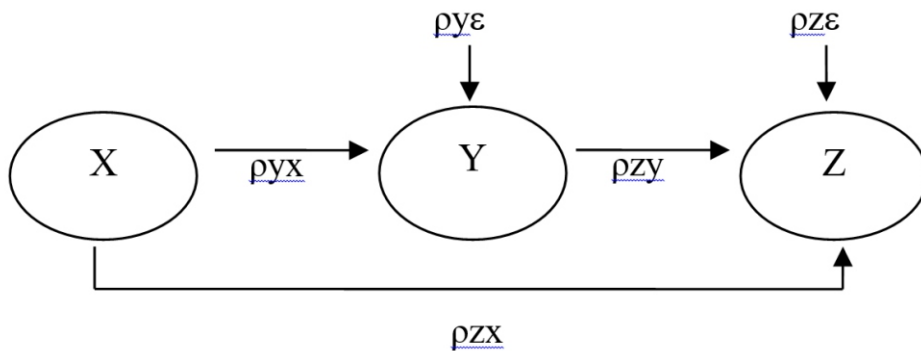
## Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menjelaskan pengaruh variabel penelitian menggunakan *path analysis*. Sesuai dengan tujuannya, maka penelitian ini dirancang sebagai suatu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* (Nasir, 2003). Jumlah sampel dalam penelitian ini 150 unit usaha industri kecil menengah makanan ringan sebagai sampel penelitian ini menurut Gay dan Diehl(1992) untuk penelitian deskriptif jumlah sampel minimal yang akan diambil adalah 30 sampel per grup, untuk memenuhi syarat tersebut

maka setiap wilayah diambil sampel minimal sebesar 50 sampel per wilayah dengan alasan *subyektif (judgement)* adalah IKM makanan ringan, penggunaan tenaga kerjanya berdasarkan Departemen Perindustrian dan BPS serta IKM dijadikan satu paket karena sumber input dan jalur pemasaran serta sumber daya manusianya dikuasai. Jadi pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner didasarkan pada daerah yang mempunyai potensi pengembangan industri (*sentra industri*) Priangan Timur terdiri dari 3 (tiga) wilayah Kabupaten/Kota di Jawa Barat yaitu Bandung, Tasikmalaya dan Garut.

Industri Kecil Menengah makanan ringan yaitu: sale pisang, keripik pisang, dodol Garut, wajik, opak, rengginang, kue sangu (aci), keripik tempe, kerupuk, stik keju, wajit, ladu, kue kuping gajah, kue somprong, koya, kue tambang, kue kering, kue sus kering, chocodot (cokelat dodol), dorokdok Garut, emplod (endog lewo), burayot dan galendo merupakan makanan ringan produksi dari Provinsi Jawa Barat. Melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pihak-pihak yang berkaitan penelitian ini untuk melengkapi analisis.

Data sekunder diperoleh dari BPS, Dinas Perindustrian, Dinas Koperasi dan UMKM, instansi-instansi terkait dan dokumen-dokumen serta studi pustaka. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala ordinal diangkat menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Sitepu, 1994). Menggambar diagram jalur proporsi hipotesis yang akan diajukan dan persamaan strukturalnya yaitu: diagram jalur hipotesis yang diajukan berikut ini:



Gambar 2. Koefisien jalur variabel X terhadap variabel Y dan dampaknya terhadap Z  
 Keterangan. X = Motivasi Usaha; Y = Kemampuan Usaha; Z = Keberhasilan Usaha; = Error

Adapun perhitungannya menggunakan *path analysis* dengan cara: 1) menghitung koefisien korelasi sederhana dengan menggunakan model; 2) menghitung matriks invers korelasinya; 3) menghitung koefisien jalur dengan model; 4) menghitung koefisien determinasi multiple; 5) menghitung pengaruh secara simultan dan parsial.

Uji validitas dilakukan menunjukkan bahwa koefisien butir-butir pertanyaan dikatakan valid karena batas koefisien korelasi dinyatakan valid minimal 0,3 merujuk pada pendapat Azwar (1997) dimana item yang memiliki korelasi dengan total variabel diatas 0,3 dikategorikan item valid, sedangkan item yang memiliki korelasi dibawah 0,3 dikategorikan tidak valid dan akan disisihkan dari analisis selanjutnya.

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan melalui pengujian validitas. Menurut Arikunto (2005), untuk uji reliabilitas digunakan teknik *alpha cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan *uji kolmogorov-smirnov*. Secara lebih rinci, operasional variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.



Tabel 2.  
*Operasional Variabel*

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
Motivasi Usaha	Motivasi usaha merupakan suatu kerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prestasi mempengaruhi motivasi setiap pengelola usaha dalam bekerja</li> <li>2. Pengakuan dari mitra usaha membuat pengelola usaha lebih giat bekerja</li> <li>3. Semangat pengelola usaha dalam bekerja dipengaruhi oleh cocok atau tidaknya usahanya</li> <li>4. Tanggung jawab seorang pengelola usaha dalam memotivasi dirinya dalam bekerja</li> <li>5. Kemajuan perusahaan memberikan semangat pada pengelola usaha untuk lebih giat bekerja</li> <li>6. Kedekatan hubungan antar karyawannya memberikan rasa nyaman dalam bekerja</li> <li>7. Pengawasan dari pengelola usaha membuat karyawan lebih giat bekerja</li> <li>8. Gaji dan tunjangan dapat memotivasi pengelola usaha dalam bekerja</li> <li>9. Lingkungan yang nyaman membuat pengelola usaha semangat bekerja</li> <li>10. Besarnya laba dapat ditentukan oleh pengelola usaha</li> <li>11. Pengelola usaha dapat memperoleh kebebasan dalam mengatur usahanya</li> <li>12. Pengelola usaha dalam menjalankan usaha bebas mencapai standar hidup yang diharapkan sesuai dengan impiannya</li> <li>13. Pengelola usaha memiliki rasa bangga karena dapat mandiri dalam segala hal seperti permodalan, pengelolaan manajemen</li> </ol>	Saiman (2011); Alma (2013); Fahmi (2014).

Tabel 2.  
*Operasional Variabel (sambungan)*

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
Kemampuan Usaha	Kemampuan usaha merupakan bawaan kesanggupan sejak lahir atau merupakan hasil dari latihan yang digunakan untuk melakukan suatu pekerjaan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelola usaha memiliki pengetahuan manajerial dalam menjalankan usahanya</li> <li>2. Pengelola usaha memiliki sikap untuk memajukan usahanya</li> <li>3. Pengelola usaha memiliki ketrampilan dalam menjalankan usahanya</li> <li>4. Pengelola usaha memiliki kematangan emosional dalam menjalankan usahanya</li> <li>5. Pengelola usaha memiliki pengetahuan tentang usaha yang dilakukan atau ditekuni</li> <li>6. Pengelola usaha memiliki imajinasi atau khalayan, ide pada usahanya</li> <li>7. Pengelola usaha memiliki pengetahuan praktik dalam tehnik</li> <li>8. Pengelola usaha memiliki pengetahuan praktik dalam desain</li> <li>9. Pengelola usaha memiliki pengetahuan praktik dalam pemrosesan</li> <li>10. Pengelola usaha memiliki pengetahuan praktik dalam pembukuan</li> <li>11. Pengelola usaha memiliki pengetahuan praktik dalam administrasi dan pemasaran</li> <li>12. Pengelola usaha memiliki ketrampilan menemukan, berkreasi dan berimajinasi</li> <li>13. Pengelola usaha memiliki ketrampilan berhitung</li> <li>14. Pengelola usaha memiliki prediksi keadaan pada masa yang akan datang</li> </ol>	Wirasasmita (1993); Grounlund (1977).

Tabel 2.  
*Operasional Variabel (sambungan)*

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
Keberhasilan Usaha	Keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. IKM memiliki efisiensi produksi pada usahanya</li> <li>2. IKM memiliki perluasan produksi pada usahanya</li> <li>3. IKM memiliki profitabilitas pada usahanya</li> <li>4. IKM memiliki kepercayaan publik pada usahanya</li> <li>5. IKM memiliki volume penjualan tinggi pada usahanya</li> <li>6. IKM ikut serta dalam menyerap tenaga kerja</li> <li>7. IKM memiliki kemampuan dan keberanian untuk mengimplementasikan gagasan pada usahanya</li> <li>8. IKM dalam melaksanakan usahanya memanfaatkan waktu yang efektif dan efisien</li> <li>9. IKM melakukan pengeloaaan biaya yang sistematis, realitis, fleksibel dan kontinu</li> <li>10. Dalam menjalankan usaha (IKM) melalui suatu proses sehingga dapat menjadi maju</li> <li>11. Dalam menjalankan usaha (IKM) mengembangkan menciptakan nilai-nilai dengan mewujudkan etos kerja dilingkungan usahanya</li> <li>12. IKM menentukan standar dari produk/jasa yang disediakan seperti SNI (standar nasional Indonesia)</li> <li>13. IKM lebih fokus dan mampu menghadapi segala hambatan dalam menjalankan usahanya</li> <li>14. IKM mencapai keberhasilan tentunya sesuai dengan bidang keahlian dan pengetahuannya</li> <li>15. IKM setiap apa yang diperoleh harus disyukuri jangan putus asa</li> </ol>	Suryana dan Bayu (2013); Algifari (2003)

## Hasil dan Pembahasan

Kondisi IKM makanan ringan Kota Bandung, Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Garut. IKM makanan ringansebanyak 90 usaha atau sebesar 60 persen mulai berdiri tahun 1970 yang merupakan usaha padat karya, bahan baku yang digunakan berasal dari lokal dan daerah luar Jawa Barat. IKM makanan ringan yang ada di Kota Bandung, Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Garut telah memiliki sertifikasi P-IRT (Produksi Pangan Industri Rumah Tangga) dan Sertifikat Halal dan Haki. Hal ini menunjukkan bahwa produsen yang bergerak di industri makanan sadar akan pentingnya sertifikasi produk makanan jika ingin serius mengembangkan usaha makanan. IKM makanan ringan menyadari bahwa masyarakat mengkonsumsi makanan yang tidak hanya enak dan terjangkau, melainkan juga sehat.

Oleh sebab itu akan menambah kepercayaan diri terhadap produk yang akan dipasarkan. Masyarakat menjadi lebih percaya bahwa produk tersebut aman dikonsumsi dan yakin bahwa produk yang dikonsumsi tidak memiliki kandungan yang diharamkan menurut syariat Islam. Pemasaran IKM makanan ringan umumnya dilakukan di toko/outlet sendiri dan daerah pemasaran umumnya mencakup wilayah Jawa Barat, Jakarta dan Bali.

1. Teknologi produksi IKM makanan ringan, hampir semua kalangan masyarakat di Indonesia menyukai makanan ringan dengan berbagai jenis usaha makanan ringan ada banyak sekali. Beberapa jenis makanan ringan yang sangat terkenal di masyarakat adalah aneka keripik dan aneka kue serta masih banyak lagi. Pada umumnya produk IKM makanan ringan Kota Bandung, Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Garut memiliki kemasan yang menarik. Kendala usaha yang kerap dihadapi adalah faktor cuaca seperti sale pisang karena masih menggunakan teknologi sederhana dan dihadapkan pada rendahnya daya saing industri yang disebabkan penggunaan mesin dan

peralatan yang masih sederhana, berakibat pada rendahnya produktivitas dan kualitas produk. Teknologi bagi IKM adalah teknologi tepat guna tidak lagi dibatasi pada teknologi sederhana, tapi telah mengalami perkembangan yang didasarkan pada konteks daya guna dan manfaat dari suatu teknologi. Teknologi tepat guna (TTG) yang lebih dikenal dengan TTG dipahami sebagai teknologi yang sesuai dengan kondisi, waktu, ruang, serta mudah dijangkau dan dipahami oleh masyarakat pengguna. Dalam pengembangan teknologi tepat guna ini, membutuhkan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan demikian TTG akan selalu aktual sepanjang masa dan dibutuhkan oleh masyarakat. Teknologi proses produksi merupakan suatu cara untuk merubah bahan mentah menjadi suatu produk yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

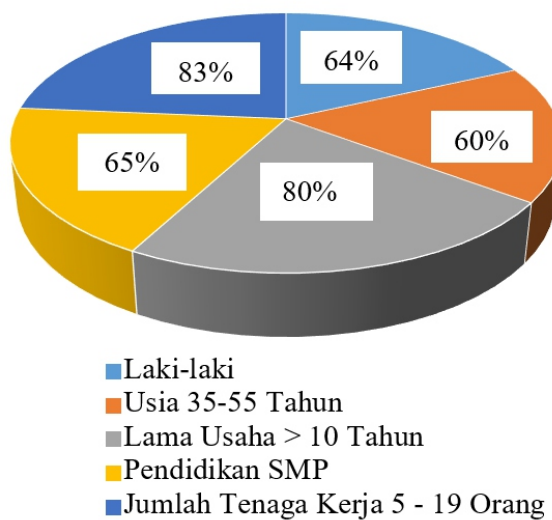
Teknologi ini tidak hanya menyangkut pada pengolahan pada saat prosesnya saja akan tetapi ini juga melibatkan berapa aspek yang sangat terkait diantaranya adalah bagaimana penanganan dari bahan baku (seperti mutu bahan baku yang akan diolah), proses produksi yang efisien dan efektif dalam penggunaannya sampai kepada teknologi untuk menangani produk yang dihasilkan (pengemasan produk) sehingga produk yang dihasilkan bisa diterima oleh masyarakat. Pada prinsipnya proses pengolahan pangan dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu penanganan secara fisik diantaranya adalah dengan pemanasan, pembekuan, pengeringan dan pengawetan makanan dengan menggunakan garam, gula dan asam. Sedangkan penanganan secara kimiawi dilakukan dengan penambahan enzim dan bahan-bahan kimia dalam proses pengolahan pangannya. Teknologi proses yang digunakan untuk IKM pada prinsipnya harus memenuhi syarat mudah, murah dan bisa dimodifikasi dalam penggunaannya.

2. Aspek lingkungan IKM makanan ringan, limbah yang dihasilkan dari industri kecil dan menengah hampir tidak ada, kecuali berupa limbah padat dari kulit pisang dapat dikatakan ramah lingkungan. Limbah padat yang dihasilkan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai pupuk atau sebagai pakan ternak. Sedangkan limbah berupa limbah cair proses pencucian dan limbah padat sisa produksi atau kemasan produk dan tidak tergolong kategori B3.

Limbah cair hanya disalurkan langsung ke saluran pembuangan, sementara limbah padat dikumpulkan ke tempat pembuangan sementara (TPS) untuk selanjutnya diangkut ke tempat pembuangan akhir (TPA).

3. Deskripsi pengelola usaha berikut ini:  
Adapun deskripsi pengelola usaha berikut ini:

### Deskripsi Pengelola Usaha



Gambar 3. Deskripsi pengelola usaha  
Sumber: Data Primer diolah, 2015

Bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 96 pengelola usaha atau 64 persen hal ini menunjukkan laki-laki yang mempunyai peran sebagai kepala keluarga. Usia 35 – 55 tahun sebanyak 90 pengelola usaha atau 60 persen hal ini menunjukkan bahwa usia pengelola usaha tersebut merupakan usia produktif. Lama usaha lebih dari 10 tahun yaitu 120 pengelola usaha atau 80 persen hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengelola usaha berpengalaman dalam menjalankan usahanya. Mayoritas pengelola usaha berpendidikan sekolah menengah pertama yaitu 98 pengelola usaha atau sebesar 65 persen. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan usahanya tidak memerlukan pendidikan yang tinggi serta jumlah tenaga kerjanya IKM makanan ringan berkisar antara 5 - 19 orang sebanyak 125 pengelola usaha atau 83 Persen.

Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan ringan merupakan industri kecil.

1. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian  
Kuesioner sebagai alat ukur dalam suatu penelitian harus memenuhi syarat reliabilitas dan validitas. Pengujian instrumen penelitiannya harus dilakukan guna menghasilkan penelitian yang valid atau akurat dan konsisten berdasarkan hasil data kuesioner.

a. Uji validitas item  
Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kecermatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Uji validitas instrumen penelitian dilakukan dengan cara mengkorelasi setiap skor *variable* jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel.

Jika  $r$  hitung lebih besar dari 0,3 maka kuesioner dikatakan valid dan sebaliknya jika  $r$  hitung lebih kecil dari 0,3 maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid sebagai instrumen penelitian.

Adapun hasil variabel motivasi usaha ( $X$ ) diukur dengan 13 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validitas untuk variabel motivasi usaha ( $X$ ).

Tabel 3.  
Hasil Perhitungan Nilai Validitas Variabel Motivasi Usaha ( $X$ )

No. Item	Koefisien Korelasi ( $r$ )	Nilai $r$ kritis	Kesimpulan
1	0,647	0,300	Valid
2	0,672	0,300	Valid
3	0,477	0,300	Valid
4	0,492	0,300	Valid
5	0,604	0,300	Valid
6	0,612	0,300	Valid
7	0,500	0,300	Valid
8	0,384	0,300	Valid
9	0,407	0,300	Valid
10	0,427	0,300	Valid
11	0,509	0,300	Valid
12	0,506	0,300	Valid
13	0,327	0,300	Valid

Sumber. Hasil perhitungan SPSS, 2015

Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner dalam penelitian ini adalah valid hal ini ditunjukkan dengan nilai  $r$  hitung pada masing masing item lebih besar dari  $r$  tabel (0,300), artinya seluruh butir pertanyaan variabel motivasi usaha ( $X$ )

memiliki tingkat validitas yang baik yang berarti dapat mengukur variabel motivasi usaha ( $X$ ) yang diteliti. Variabel kemampuan usaha ( $Y$ ) diukur dengan 14 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validitas untuk variabel kemampuan usaha ( $Y$ ).

Tabel 4.  
Hasil Perhitungan Nilai Validitas Variabel Kemampuan Usaha ( $Y$ )

No. Item	Koefisien Korelasi ( $r$ )	Nilai $r$ kritis	Kesimpulan
1	0,325	0,300	Valid
2	0,334	0,300	Valid
3	0,609	0,300	Valid
4	0,695	0,300	Valid
5	0,544	0,300	Valid
6	0,640	0,300	Valid
7	0,415	0,300	Valid
8	0,340	0,300	Valid
9	0,477	0,300	Valid
10	0,591	0,300	Valid
11	0,723	0,300	Valid
12	0,677	0,300	Valid
13	0,710	0,300	Valid
14	0,720	0,300	Valid

Sumber. Hasil perhitungan SPSS, 2015

Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner dalam penelitian ini adalah valid hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung pada masing masing item lebih besar dari r tabel (0,300), artinya seluruh butir pertanyaan variabel kemampuan usaha (Y)

memiliki tingkat validitas yang baik yang berarti dapat mengukur variabel kemampuan usaha (Y) yang diteliti. Variabel keberhasilan usaha (Z) diukur dengan 15 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validitas untuk variabel keberhasilan usaha (Y).

Tabel 5.

Hasil Perhitungan Nilai Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Z)

No. Item	Koefisien Korelasi (r)	Nilai r kritis	Kesimpulan
1	0,397	0,300	Valid
2	0,534	0,300	Valid
3	0,610	0,300	Valid
4	0,671	0,300	Valid
5	0,577	0,300	Valid
6	0,527	0,300	Valid
7	0,398	0,300	Valid
8	0,364	0,300	Valid
9	0,488	0,300	Valid
10	0,407	0,300	Valid
11	0,360	0,300	Valid
12	0,474	0,300	Valid
13	0,458	0,300	Valid
14	0,393	0,300	Valid
15	0,483	0,300	Valid

Sumber: Hasil perhitungan SPSS, 2015

Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner dalam penelitian ini adalah valid hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung pada masing masing item lebih besar dari r tabel (0,300), artinya seluruh butir pertanyaan variabel keberhasilan usaha (Z) memiliki tingkat validitas yang baik yang berarti dapat mengukur variabel keberhasilan usaha (Z) yang diteliti.

*b. Uji reliabilitas instrumen*

Uji Reliabilitas merupakan ukuran konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama pada kesempatan yang berbeda, yang ide pokoknya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode alpha diperoleh hasil uji reliabilitas kuesioner masing-masing variabel sebagai berikut.

Tabel 6.

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Koefisien Reliabilitas (r)	Nilai Kritis	Kesimpulan
Motivasi Usaha	0,753	0,700	Reliabel
Kemampuan Usaha	0,830	0,700	Reliabel
Keberhasilan Usaha	0,759	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil perhitungan SPSS, 2015

Dari Tabel 6 tersebut terlihat nilai reliabilitas yang diperoleh lebih besar dari nilai kritis 0,7 untuk masing-masing variabel motivasi usaha, kemampuan usaha, keberhasilan usaha. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mengukur *variable* motivasi usaha, kemampuan usaha, dan keberhasilan usahasudah memberikan hasil yang konsisten.

2. Hasil uji motivasi usaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pada IKM makanan ringan di Kota/Kabupaten Bandung, Tasikmalaya dan Garut berikut ini.

Tabel 7.  
Rangkuman Hasil Perhitungan IKM Makanan Ringan di Bandung

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25,584	9,791		2,613	0,012
Motivasi Usaha	0,293	0,141	0,260	2,078	0,043
Kemampuan Usaha	0,296	0,083	0,448	3,574	0,001
t-tabel	= 1,884				
F-hitung	= 8,393				
Sig.	= 0,001				
F-tabel	= 3,18				
R	= 0,513				
R <sup>2</sup>	= 0,263				
Adjusted R <sup>2</sup>	= 0,232				
SEE	=				
	2,50017				

Sumber. Data Diolah, 2015

Berdasarkan ringkasan hasil perhitungan menggunakan regresi berganda bahwa yang digunakan dapat menjelaskan 26,30% dari variabel dependent. Secara keseluruhan ini signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. (F-hitung 8,393) sehingga model ini cukup memadai untuk digunakan sebagai alat analisis. Secara parsial motivasi usaha dan kemampuan usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di Bandung. Menurut Fahmi (2014) bahwa motivasi merupakan aktivitas perilaku yang bekerja dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan. Kemampuan menguasai persaingan merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dalam bisnis.

Untuk meraih keberhasilan itu, tentunya mempunyai kiat-kiat dalam menciptakan peluang usaha. Karena tahap pemanfaatan dan pengembangan kesempatan sudah menjadi hal yang rutin. Ide-ide inovatif seperti hal tersebut akan membantu dalam memotivasi pengusaha yang maju. Wawasan dan pengalaman praktis serta perilaku wirausaha serta motif prestasi dan keberhasilan ini akan sangat mempengaruhi pengusaha-pengusaha lain.



Tabel 8.

Rangkuman Hasil Perhitungan IKM Makanan Ringan di Tasikmalaya

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-3,346	8,362		-0,400	0,691
Motivasi Usaha	0,411	0,136	0,236	3,029	0,004
Kemampuan Usaha	0,671	0,067	0,779	9,995	0,000
t-tabel	= 1,884				
F-hitung	= 60,11				
Sig.	= 0,000				
F-tabel	= 3,18				
R	= 0,849				
R <sup>2</sup>	= 0,721				
Adjusted R <sup>2</sup>	= 0,709				
SEE	=				
	2,34382				

Sumber. Data Diolah, 2015

Berdasarkan ringkasan hasil perhitungan menggunakan regresi berganda bahwa yang digunakan dapat menjelaskan 72,10% dari variabel dependent. Secara keseluruhan ini signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. (F-hitung 60,811) sehingga model ini cukup memadai untuk digunakan sebagai alat analisis. Secara parsial motivasi usaha dan kemampuan usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di Tasikmalaya. Menurut Rusdiana (2014), motivasi mempersoalkan cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan organisasi.

Motivasi sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi kebutuhan individual. Bahwa keberhasilan usaha adalah mereka yang mampu menggalang kekuatan dan potensi dalam dirinya. Karakter wirausahawan yang berhasil yaitu pantang menyerah, tidak takut gagal, berani mengambil risiko dan percaya diri (Alifuddin, 2015).

Tabel 9.

Rangkuman Hasil Perhitungan IKM Makanan Ringan di Garut

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	54,552	20,508		2,660	0,011
Motivasi Usaha	0,824	0,225	0,429	3,656	0,001
Kemampuan Usaha	-0,697	0,224	-0,365	-3,111	0,003
t-tabel	= 1,884				
F-hitung	= 14,465				
Sig.	= 0,000				
F-tabel	= 3,18				
R	= 0,617				
R <sup>2</sup>	= 0,381				
Adjusted R <sup>2</sup>	= 0,355				
SEE	= 5,95607				

Sumber. Data Diolah, 2015

Berdasarkan ringkasan hasil perhitungan menggunakan regresi berganda bahwa yang digunakan dapat menjelaskan 38,10% dari variabel dependent. Secara keseluruhan ini signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. (F-hitung 14,465) sehingga model ini cukup memadai untuk digunakan sebagai alat analisis. Secara parsial motivasi usaha dan kemampuan usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di Tasikmalaya. Pada kemampuan usaha bernilai *negative* karena pelaku usaha sebagai wirausahawan belum memahami bahwa pelaku usaha merupakan seseorang yang memiliki kompetensi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif, kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha, kemauan dan kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru, kemauan dan kemampuan mencari peluang, kemampuan dan keberanian menanggung risiko dan kemampuan untuk mengembangkan ide serta meramu sumber daya. Wirausahawan harus mengetahui kelemahan dan kekuatan sendiri ataupun yang dimiliki oleh pesaing. Sedangkan menurut Suryana dan Bayu (2013) *“my best advice for competing successfully is to find your own distinctive niche in the marketplace”*.

Seorang wirausahawan harus memiliki keunggulan yang merupakan kekuatan bagi dirinya dan harus memperbaiki kelemahan agar menghasilkan keunggulan. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh wirausahawan ataupun pesaing merupakan peluang yang harus digali.

Kekuatan dan kelemahan tersebut biasanya tampak dalam berbagai hal, misalnya dalam pelayanan, harga dan kualitas barang, distribusi, promosi serta yang lainnya.

3. *Pengujian asumsi normalitas*

Hipotesis penelitian yang diajukan akan diuji dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat struktural dari variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) dengan mempertimbangkan kompleksitas model. Data penelitian diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner berbentuk skala ordinal. Untuk memenuhi syarat data dapat diolah menggunakan analisis jalur terlebih dahulu data ordinal tersebut dikonversi menjadi skala interval melalui *method of succesive interval*. Data interval hasil konversi yang digunakan untuk menguji pengaruh motivasi usaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha.

Perhitungan analisis jalur mensyaratkan data memiliki sebaran normalitas multivariate. Untuk mengetahui sebaran data yang digunakan terlebih dahulu dilakukan pengecekan asumsi sebaran normalitas dari data. Evaluasi normalitas data yang dihitung menggunakan bantuan software SPSS 20. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil perhitungan uji normalitas data yang diperoleh menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 10.

*Hasil Pengujian Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Motivasi Usaha (X)	Kemampuan Usaha (Y)	Keberhasilan Usaha (Z)
N		150	150	150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	54.0267	57.4533	61.5867
	Std. Deviation	4.57003	5.04155	5.24332
Most Extreme Differences	Absolute	.087	.107	.069
	Positive	.065	.060	.052
	Negative	-.087	-.107	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		1.066	1.312	.842
Asymp. Sig. (2-tailed)		.206	.064	.477

a. *Test distribution is Normal.*

b. *Calculated from data.*

Dari Tabel 10 dapat dilihat untuk variabel motivasi usaha (X) diperoleh nilai  $D_{hitung} (test statistic) = 0,087$  dengan p-value (nilai sig) sebesar 0,206. Perhitungan normalitas menunjukkan nilai probabilitas (sig.) *Kolmogorov-Smirnov Test* yang diperoleh (0,206) lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas data X menunjukkan bahwa data motivasi usaha (X) berdistribusi normal. Untuk variabel kemampuan usaha (Y) diperoleh nilai  $D_{hitung} (test statistic) = 0,107$  dengan p-value (nilai sig) sebesar 0,064. Perhitungan normalitas menunjukkan nilai probabilitas (sig.) *Kolmogorov-Smirnov Test* yang diperoleh (0,064) lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas data Y menunjukkan bahwa data kemampuan usaha (Y) berdistribusi normal. Untuk variabel keberhasilan usaha (Z) diperoleh nilai  $D_{hitung} (test statistic) = 0,069$  dengan p-value (nilai sig) sebesar 0,477.

Perhitungan normalitas menunjukkan nilai probabilitas (sig.) *Kolmogorov-Smirnov Test* yang diperoleh (0,069) lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas data Z menunjukkan bahwa data keberhasilan usaha (Z) berdistribusi normal.

4. Hubungan antara motivasi usaha, kemampuan usaha dan keberhasilan usaha Koefisien korelasi menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara motivasi usaha (X), kemampuan usaha (Y) dan keberhasilan usaha (Z). Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan software SPSS 20 diperoleh koefisien korelasi sebagai berikut.

Tabel 11.

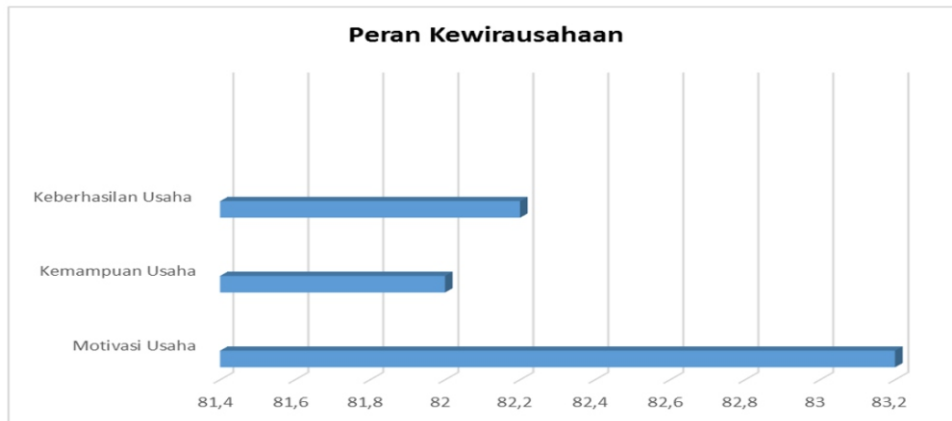
*Korelasi Motivasi Usaha (X), Kemampuan Usaha (Y) dan Keberhasilan Usaha (Z)*

		Correlations <sup>a</sup>		
		Motivasi Usaha (X)	Kemampuan Usaha (Y)	Keberhasilan Usaha (Z)
Motivasi Usaha (X)	Pearson Correlation	1	.764	.689
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
Kemampuan Usaha (Y)	Pearson Correlation	.764	1	.720
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
Keberhasilan Usaha (Z)	Pearson Correlation	.689	.720	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	

a. Listwise N=150

Pada Tabel 11 dapat dilihat bahwa hubungan antara motivasi usaha (X) dengan kemampuan usaha (Y) ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,764. Arah hubungan positif motivasi usaha dengan kemampuan usaha menunjukkan bahwa motivasi usahadan kemampuan usahaterlihat saling berkorelasi positif dan masuk dalam kategori kuat. Semakin tinggi motivasi usaha, kemampuan usaha semakin baik dan sebaliknya. Hubungan antara motivasi usaha (X) dengan keberhasilan usaha (Z) ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,689. Arah hubungan positif motivasi usaha dengan keberhasilan usahamenunjukkan bahwa motivasi usaha dan keberhasilan usaha berbanding lurus dan

masuk dalam kategori kuat, dimana semakin tinggi motivasi usaha, keberhasilan usahaakan semakin tinggi. Hubungan antara kemampuan usaha (Y) dengan keberhasilan usaha (Z), ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,720. Arah hubungan positif kemampuan usaha dengan keberhasilan usaha menunjukkan bahwa kemampuan usaha dan keberhasilan usahaberbanding lurus dan masuk dalam kategori kuat, dimana semakin tinggi kemampuan usaha, keberhasilan usahaakan semakin tinggi. Rekapitulasi tanggapan pengelola usaha terhadap peran kewirausahaan pada IKM makanan ringan (motivasi usaha, kemampuan usaha dan keberhasilan usaha) terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Rekapitulasi tanggapan pengelola usaha IKM makanan ringan terhadap peran kewirausahaan

Sumber: Data Primer diolah, 2015

Peran kewirausahaan melalui motivasi usaha sebesar 83,2 persen menyatakan sangat tinggi motivasinya, hal ini karena seorang wirausaha (pengelola usaha) memperoleh kursus atau pendidikan non gelar bahkan setelah mendengarkan cerita sukses pengalaman bisnis yang dimiliki oleh orang-orang sekitarnya meskipun dengan bisnis kecil-kecilan dapat menjadi pemicu potensi dan motivasi utama untuk menjadi wirausaha yang berhasil karena motivasi sebagai kekuatan mental individu. Laba yang diperoleh pengelola usaha ditentukan oleh keahlian dalam memimpin dan hasil dari kerja keras serta disiplin dalam menjalankan usahanya. Laba pengelola usaha merupakan balas jasa karena kemampuan pengelola usaha dalam mengadakan kombinasi baru (inovasi) dalam proses produksinya. Pengelola usaha mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimilikinya. Intinya adalah kepandaian dalam memanfaatkan potensi diri tanpa harus diatur oleh orang lain.

Kemampuan usaha sebesar 82 persen menyatakan sangat tinggi, bahwa wirausaha (pengelola usaha) yang memiliki kemampuan dalam mengelola usahanya melalui kreativitas dan inovasi dalam rangka menciptakan nilai tambah karena sebagai pengelola usaha yang memiliki ilmu pengetahuan, ketrampilan dan kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi, nilai serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan.

Mayoritas pengelola usaha memiliki pengetahuan tentang usaha yang dilakukan atau ditekuni untuk menjadi wirausahawan yang sukses memiliki bakat saja tidak cukup, tetapi juga harus memiliki pengetahuan mengenai segala aspek usaha yang akan ditekuninya dan pengelola usaha memiliki pengetahuan praktik dalam teknik, pengusaha memiliki keterampilan dalam berhitung dan memiliki keterampilan dalam berkomunikasi. Keberhasilan usaha IKM makanan ringan sebesar 82,2 persen menyatakan sangat baik, hal ini disebabkan oleh keberhasilan merupakan prestasi yang dicapai yaitu pertumbuhan dari perusahaan yang dikelolanya jumlah karyawan yang dimiliki secara bertahap. Bahkan dapat dikatakan bahwa keberhasilan dari wirausaha dalam berbisnis juga dipengaruhi oleh kemampuannya dalam memanajemen waktunya dalam setiap menjalankan usaha, IKM harus melalui suatu proses untuk kelancaran dan kemajuan usaha.

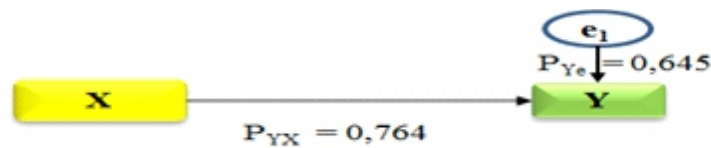
6. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan *software SPSS 20* diperoleh koefisien korelasi atau nilai koefisien jalur ditunjukkan koefisien jalur X (motivasi usaha) terhadap kemampuan usaha (Y) yang diperoleh ( $P_{yx}$ ) sebesar 0,764. Nilai ini merupakan bobot pengaruh langsung variabel motivasi usaha terhadap kemampuan usaha.

Besarnya pengaruh dari motivasi usaha terhadap kemampuan usaha ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi diperoleh dari mangkuadratkan nilai koefisien jalur. Nilai koefisien determinasi motivasi usaha terhadap kemampuan usaha diperoleh sebesar 0,584 atau sebesar 58,4 persen terhadap kemampuan usaha. Hal ini berarti jika motivasi usaha naik maka akan meningkatkan kemampuan usaha. Sisanya sebesar 41,6 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar motivasi usaha.

Selain pengaruh motivasi usaha terhadap kemampuan usaha, terdapat pengaruh variabel lain (residu). Besar koefisien jalur untuk faktor lain diperoleh melalui perhitungan sebagai berikut:

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R_{yx}^2} = 0,645.$$

Diperoleh persamaan struktural untuk model pengaruh motivasi usaha terhadap kemampuan usaha :  $Y = 0,764X + 0,645$



Gambar 5. Diagram dan koefisien jalur sub struktur pertama

Statistik uji yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh adalah uji t. Penentuan hasil pengujian (penerimaan/penolakan  $H_0$ ) dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Dari tabel t diperoleh nilai t tabel untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat bebas (db) =  $150 - 2 = 148$  pada pengujian dua pihak sebesar 1,976. Hasil perbandingan t hitung dengan t tabel diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 14,424 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,976 dan juga jika dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka diperoleh kesimpulan uji  $H_0$  ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa motivasi usaha berpengaruh signifikan terhadap kemampuan usaha. Dimana pengaruh motivasi usaha terhadap kemampuan usaha berbanding lurus (positif), jadi semakin tinggi motivasi usaha akan diikuti tinggi kemampuan usaha.

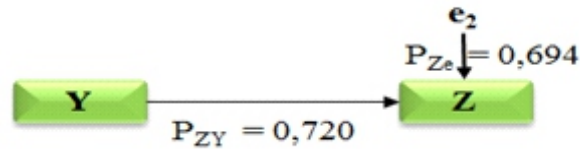
7. Pada sub struktur ini variabel independen (*eksogenous* variabel) adalah kemampuan usaha dan sebagai variabel dependen (*endogenous* variabel) adalah keberhasilan usaha. Model struktural yang diteliti terdiri atas hanya satu variabel independen yaitu variabel kemampuan usaha, maka nilai koefisien jalur sama dengan koefisien korelasi.

Koefisien jalur Y (kemampuan usaha) terhadap keberhasilan usaha (Z) yang diperoleh ( $P_{ZY}$ ) sebesar 0,720. Nilai ini merupakan bobot pengaruh langsung variabel kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha. Besarnya pengaruh dari kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi merupakan besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha diperoleh sebesar 0,519.

Jadi dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kemampuan usaha memberikan pengaruh sebesar 51,9 persen terhadap keberhasilan usaha. Hal ini berarti jika kemampuan usaha naik maka akan meningkatkan keberhasilan usaha. Sisanya sebesar 48,1 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar kemampuan usaha. Selain pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha, terdapat pengaruh variabel lain (residu). Besar koefisien jalur untuk faktor lain diperoleh melalui perhitungan sebagai berikut:

$$P_{Z\varepsilon} = \sqrt{1 - R_{zy}^2} = 0,694.$$

Diperoleh persamaan struktural untuk model pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha :  $Z = 0,720Y + 0,694$

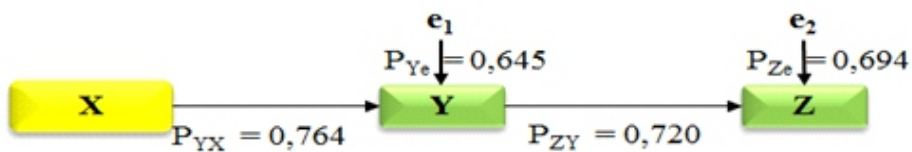


Gambar 6. Diagram dan koefisien jalur sub struktur kedua

Statistik uji yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh adalah uji t. Penentuan hasil pengujian (penerimaan/penolakan  $H_0$ ) dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Dari tabel t diperoleh nilai t tabel untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat bebas (db) =  $150 - 2 = 148$  pada pengujian dua pihak sebesar 1,976. Hasil perbandingan t hitung dengan t tabel diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar = 12,633 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,976 dan juga jika dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka diperoleh kesimpulan uji  $H_0$  di tolak dan hipotesis alternatif diterima. Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa kemampuan usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Dimana pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha berbanding lurus (positif), jadi semakin tinggi kemampuan usaha akan diikuti tinggi keberhasilan usaha.

8. Pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha diperoleh dari perkalian pengaruh X terhadap Y dengan Y terhadap Z. Diperoleh koefisien jalur dari perhitungan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya untuk pengaruh motivasi usaha terhadap kemampuan usaha ( $P_{YX}$ ) sebesar 0,764 dan koefisien jalur yang diperoleh untuk pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha ( $P_{ZY}$ ) sebesar 0,720. Hasil pengaruh X terhadap Y dan Y terhadap Z dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 7. Pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha

Dari tabel t diperoleh nilai t tabel untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat bebas (db) =  $150 - 3 = 147$  pada pengujian dua pihak sebesar 1,976. Hasil perbandingan t hitung dengan t tabel diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar = 9,561 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,976. Maka diperoleh kesimpulan uji  $H_0$  di tolak dan hipotesis alternatif diterima.

Dengan demikian model pengaruh tidak langsung dari motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui variabel kemampuan usaha sebagai mediator signifikan (dapat diterima). Jadi motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha. Besarnya pengaruh tidak langsung motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha adalah 55,1 persen.

Pembahasan

*Pengaruh motivasi usaha terhadap kemampuan usaha*  
 Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha. Motivasi sebagai proses psikologis yang mendasar dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu.

Menurut Ahmad (2004), motivasi merupakan dorongan yang telah terikat pada suatu tujuan. Sedangkan motivasi merupakan hubungan sistematis antara suatu respons atau suatu himpunan respon dan keadaan dorongan tertentu. Peran kewirausahaan bukan hanya bakat bawaan sejak lahir atau urusan pengalaman lapangan, tetapi juga dapat dipelajari dan diajarkan. Seseorang yang memiliki bakat kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan. Mereka yang berhasil menjadi wirausahawan adalah orang-orang yang mengenal potensi (*traits*) dan belajar mengembangkannya untuk menangkap peluang serta mengorganisasikan usaha dalam mewujudkan cita-citanya.

Selanjutnya menurut Basrowi, (2014) bahwa dengan berwirausaha akan membuat seseorang termotivasi untuk memperoleh imbalan minimal dalam bentuk laba, kebebasan, impian personal yang memungkinkan menjadi kenyataan, kemandirian, disamping memiliki peluang pengembangan usaha dan memiliki peluang untuk mengendalikan nasibnya sendiri. Melalui suatu studi yang dilakukan oleh *University of Ulster* Tahun 1997 di Irlandia Utara terhadap perusahaan perusahaan kecil dan menengah dengan jumlah karyawan 40-200 orang, berhasil diidentifikasi dan dilakukan pengelompokan atas faktor-faktor yang mendukung kompetensi (kemampuan), masing-masing: (1) upaya untuk memenangkan pasar bisnisnya, (2) integritas kepemimpinan yang ada, (3) pengendalian kemampulabaan, (4) manajemen operasi yang baik, (5) upaya membangun hubungan dengan pihak-pihak terkait, (6) penuntun kebijakan stratejik, (7) kemampuan serta ketrampilan dalam berwirausaha, (8) inovasi-inovasi teknikal yang dimiliki (Thomson, 1997).

Oleh karena itu, untuk menjadi wirausahawan yang sukses, memiliki bakat saja tidak cukup, tetapi juga harus memiliki pengetahuan mengenai segala aspek usaha yang akan ditekuninya. Bahkan kewirausahaan mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi.

Kemampuan yaitu kemampuan merumuskan tujuan hidup, kemampuan memotivasi diri, kemampuan berinisiatif, kemampuan membentuk modal, kemampuan mengatur waktu, dan kemampuan membiasakan diri untuk belajar dari pengalaman. Sehingga kewirausahaan merupakan kemampuan, sifat-sifat, nilai-nilai, dan kepribadian seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku.

#### *Pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha. Seseorang yang memiliki kompetensi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif, kemauan dan kemauan untuk memulai usaha, kemauan dan kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru, kemauan dan kemampuan mencari peluang, kemampuan dan keberanian menanggung risiko, dan kemampuan untuk mengembangkan ide serta meramu sumber daya. Kemauan dan kemampuan-kemampuan tersebut sangat penting karena wirausahawan berfungsi sebagai perencana sekaligus pelaksana usaha. Seorang wirausahawan (pengelola usaha) harus memiliki keunggulan yang merupakan kekuatan bagi dirinya dan harus memperbaiki kelemahan agar menghasilkan keunggulan.

Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh wirausahawan ataupun pesaing merupakan peluang yang harus digali. Kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan tersebut biasanya tampak dalam berbagai hal, misalnya dalam pelayanan, harga, dan kualitas barang, distribusi, promosi serta yang lainnya. Variabel-variabel dalam bauran pemasaran secara strategis pada umumnya bisa dijadikan sebagai peluang. Semua informasi tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan (IKM) dapat diperoleh dari berbagai sumber, misalnya pelanggan, karyawan, lingkungan sekitar, distributor, laporan rutin, periklanan, dan pameran dagang. Jelaslah bahwa kemampuan tertentu mutlak diperlukan bagi seorang wirausahawan (pengelola usaha).

Pertimbangan-pertimbangan di atas menjadi sangat relevan dengan hasil penelitian Griffin, yang menunjukkan bahwa kemampuan meretensi pelanggan secara langsung akan berpengaruh terhadap tingkat kemampuan dan retensi karyawan serta semakin stabilnya basis keuangan perusahaan (Griffin, 1995).

Kondisi inilah yang menjadi prasyarat bagi suatu perusahaan untuk tetap dapat mempertahankan keberadaannya dalam industri, atau bahkan mampu membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Dowling, 1997). Seperti yang telah dikemukakan oleh *Small Business Development Center* (1993) bahwa wirausahawan yang berhasil memiliki lima kompetensi yang merupakan fungsi dari kapabilitas yang diperlukan, yaitu teknik, pemasaran, keuangan, personalia, dan Manajemen. Bahwa kemampuan usaha melalui ketrampilan yang dimiliki untuk memperhitungkan risiko yang dihadapi adalah kegagalan. Oleh sebab itu pengelola usaha harus memiliki: 1) keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko; 2) keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah; 3) keterampilan dalam memimpin dan mengelola; 4) keterampilan dalam berkomunikasi dan berinteraksi; 5) Keterampilan teknik usaha yang akan dilakukan (Suryana, 2013).

Menurut Luk (1996) berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil risiko. Begitu juga menurut Zimmerer dan Scarborough (1996) untuk menuju wirausaha (pengelola usaha) sukses dengan memiliki komitmen tinggi terhadap tugasnya, mau bertanggung jawab, keinginan bertanggung jawab, peluang untuk mencapai obsesi, toleransi menghadapi risiko kebimbangan dan ketidakpastian, yakin pada dirinya, kreatif dan fleksibel, ingin memperoleh balikan segera, enerjik tinggi, motivasi untuk lebih unggul, berorientasi ke masa depan, mau belajar dari kegagalan, kemampuan memimpin.

Keberhasilan usaha sangat tergantung pada tinggi atau rendahnya usaha. Usaha yang kurang semangat atau penuh dengan keraguan akan membuat kegagalan (Suryana, 2013).

*Pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha*  
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu. Motif timbul karena ada kebutuhan. Kebutuhan dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu dan ini menuntut pemenuhannya, untuk segera mendapatkan keseimbangan.

Menurut Luk (1996) berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil risiko yang terdiri dari efisiensi produksi, perluasan produksi, profitabilitas, kepercayaan publik, implementasi, pemanfaatan waktu, pengelolaan biaya, melalui suatu proses, menciptakan nilai-nilai, menentukan standar. Pendapat Parasuraman (1990) yang menyatakan bahwa kunci keberhasilan bagi suatu perusahaan adalah bagaimana ia mampu terus menciptakan nilai tambah bagi produk atau pelayanan jasa yang dihasilkannya. Oleh karena itu dalam psikologi kerja biasanya disebut pendorong semangat kerja. Kuat atau lemahnya motivasi kerjanya atau motivasi usaha seseorang ikut menentukan besar kecilnya prestasi.

Motivasi merupakan dorongan atau semangat untuk maju. Motivasi merupakan *modal insan* bagi setiap orang untuk terus hidup dan maju. Wirausahawan (pengelola usaha) sebagai manajer dan sekaligus pemilik perusahaan dalam mencapai keberhasilan usahanya harus memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap, tujuan, pandai mencari peluang, dan adaptif dalam menghadapi perubahan.



Ketika wirausahawan berhenti belajar dan memperbaiki diri, saat itulah wirausahawan mengambil keputusan untuk berhenti menjadi wirausahawan. Belajar, bagi wirausahawan sejati adalah proses yang dilakukan seumur hidup, seperti halnya perubahan senantiasa terjadi sepanjang perjalanan hidup.

Pengusaha yang berhasil selalu menciptakan peluang dengan menciptakan berbagai keunggulan produk yang dihasilkannya. Semua dengan mengubah karakter produk, merekayasa dan mendesain produk untuk menghasilkan produk-produk barunya. Bahwa motivasi usaha dan kemampuan usaha yang telah dimiliki oleh para pengelola IKM makanan ringan hendaknya dipertahankan dan ditingkatkan kuantitas dan kualitasnya karena akan berpengaruh terhadap keberhasilan usahanya. Para pengelola usaha IKM makanan ringan yang dimilikinya terutama dalam hal menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, kreatif dalam segala kegiatan, dan memotivasi diri dengan efektif, sehingga dapat meningkatkan kemampuan pengelola usaha.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha bernilai negatif karena pelaku usaha sebagai wirausahawan belum memahami bahwa pelaku usaha merupakan seseorang yang memiliki kompetensi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif, kemampuan dan kemauan mencari peluang, keberanian menanggung risiko dan untuk mengembangkan ide serta meramu sumber daya. Motivasi usaha motivasi usaha melalui motif, harapan, insentif, laba, kebebasan, impian personal dan kemandirian berpengaruh terhadap kemampuan usaha berbanding lurus (positif) sehingga semakin tinggi motivasi usaha akan diikuti tinggi kemampuan usaha. Kemampuan usaha terdiri dari memiliki pengetahuan usaha, sikap, memiliki ketrampilan menghitung, kematangan emosional, memiliki imajinasi atau khayalan, memiliki pengetahuan praktik,

memiliki pandangan ke depan, ketrampilan menemukan dan memiliki ketrampilan berkomunikasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha berbanding lurus (positif) semakin tinggi kemampuan usaha akan diikuti tinggi keberhasilan usaha. Motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha sebagai mediator dapat diterima atau berpengaruh.

Implikasi secara teoritis pada penelitian ini adalah motivasi usaha dan kemampuan usaha yang telah dimiliki oleh para pengusaha IKM makanan ringan hendaknya dipertahankan dan ditingkatkan kuantitas maupun kualitasnya sehingga sesuai dengan harapan pengelola usaha IKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pengembangan ilmu khususnya dibidang manajemen terutama kajian kewirausahaan pada IKM. Untuk menunjang pembangunan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka memperkuat daya saing, pembangunan sektor perdagangan dan kewirausahaan perlu diarahkan untuk menciptakan sistem perdagangan dalam negeri yang kuat dan efisien yang terintegrasi dalam masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) yang mampu meningkatkan daya saing produk unggulan daerah atau produk nasional yang berkualitas melalui kewirausahaan.

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan sampel relatif sedikit (150 responden) yang berasal dari Kota/Kabupaten Bandung, Tasikmalaya dan Garut sehingga hasilnya belum optimal dan penelitian kedepan dapat diarahkan pada merek dagang, *self confident*, komitmen, *leadership*, inovasi dan kreativitas dengan harapan dapat diperoleh hasil yang lebih sempurna.

## Daftar Pustaka

- Ahmadi, A. (2004). *Psikologi belajar*. Jakarta: PT Rineka. Cipta.
- Algifari. (2003). *Ekonomi mikro teori dan kasus*, Edisi ke-1, Cetakan Pertama, Yogyakarta. Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

- Alifuddin, & Razak, M. (2015). *Strategi membangun kerajaan bisnis*. Jakarta. Magna Script Publishing.
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit Alfabeta. ISBN: 979 8433-35-0.
- Badan Pusat Statistik (2014). *Statistik Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Ball, B. (1997). *Career management competences – the individual perspective*,. Career Development International, 2/2, hal. 74-79.
- Basrowi. (2014). *Kewirausahaan (Untuk Perguruan Tinggi)*. Ciawi-Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. ISBN: 978-979-450-663-9.
- Daryanto & Cahyono, A.D. (2013). *Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Wirausaha)*. Yogyakarta: Gava Media. ISBN:978-602-7869-17-2.
- Defillippi, R.J. and Arthur, M.B. (1994). A competence based perspective. *Journal of Organizational Behaviour*, 15, 307.
- Dowling, G. R. (1997). Do customer loyalty programs really work?. *Sloan Management Review*, 38 (12), 71.
- Drejer, A. (2000). Organizational learning and competence development. *The Learning Organization*, 7 (4), 206-220.
- Departemen Perindustrian (2014). *Dorong Daya Saing Industri di Jawa Barat*.
- Fahmi, I. (2014). *Kewirausahaan. teori, kasus dan solusi*. Bandung: Penerbit Alfabeta. ISBN: 978-602-7825-52-9.
- Gronlund, N. E. (1977). *Constructing achievement test*. Penerbit: Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Gay, LR & P.L. Diehl. (1992). *Research methods for business research methods*. Richard D Irwin, Inc. Boston. ISBN: 9780023408106.
- Griffin, J. (1995). *Customer loyalty, how to earn it; how to keep it*. Lexington Books, An Imprint of The Free Press.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ie, M., & Visantia, E. (2013). Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pemilik Toko Pakaian di Pusat Grosir Metro Tanah Abang Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 13 (1), 1-14. ISSN: 1411-9293.
- Indriyatni, L. (2013). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (Studi Kasus Pada Usaha Kecil di Semarang Barat). *Jurnal STIE Semarang*, 5 (1), 54-70.
- Indrawan, R. (2013). *UMKM Jawa Barat : Stagnan di Tahun 2012 dan Berbarap di Tahun 2013*. ( Sumber : <http://www.depkop.go.id> di unduh Rabu-19-03-2014/24:00).
- Kementrian Perindustrian (2014). *Panduan Pengembangan Industri Unggulan Provinsi*.
- Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2014). *Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar*.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. ISBN: 979-769-051-2.
- Luk, S. T. K. (1996). Succes in Hongkong: Faktors Self Reported by Successful Small Business Owners, *Journal of Business Management*, 34 (7), 68- 74.
- Murphy, John., Rowe, M. (1998). *How to design trademarks and logos*. Ohio : North Light Book. ISBN: 978-0891344001.
- Nazir, M. (2003). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia. ISBN: 979-450-173-5.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1990). *An empirical test of the extended gaps model of service quality*. [Working Paper] 90-122, Cambridge, MA: Marketing science Institute.
- Peraturan Presiden No. 28 Tahun 2008 *tentang Kebijakan Industri Nasional. Peraturan Menteri Perindustrian RI No113/MIND/PER/10/2009*.
- Purnama, C., & Suyanto. (2010). Motivasi dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha (Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12 (2), 177-184.
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan. teori dan praktik*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia. ISBN: 978-979-076-398-8.
- Robbin, P.S. (2001). *Perilaku organisasi. konsep, kontroversi, aplikasi. Jilid I*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Prenhallindo. ISBN: 979-683-104-X.

- Saiman, L. (2011). *Kewirausahaan. teori praktik dan kasus-kasus*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat. ISBN: 978-979-061-102-3.
- Saifuddin, A. (1997). *Reliabilitas dan validitas*. Edisi Ke 3. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Sitepu, N.S.K. (1994). *Analisis jalur (Path Analysis)*, FMIPA, Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Small Business Development Center. (1993). *Practical Solution for Small Business and School of Business*. Madison: University of Wisconsin
- Soedjono, I. (1993). *Kewirakoperasian. Pembahasan Makalah*. The Entrepreneur Cooperative. Bandung IKOPIN.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan. kiat dan proses menuju sukses*. Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat. ISBN: 978-979-061-375-1.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Suharsimi, A. (2005). *Manajemen penelitian*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta. ISBN: 979-518-153-X
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2013). *Kewirausahaan. pendekatan karakteristik wirausaha sukses*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Kencana Predana Media Group. ISBN: 978-602-7985-23-0.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)*. Jakarta: LP3S. ISBN 978-979-3330-98-3
- Thompson, J.E., Stuart, R., & Lindsay, P.R. (1996). The competence of top team members: A framework for successful performance. *Journal of Managerial Psychology*, 11 (3): 48 - 66.
- Wirasasmita, Y. (1993). *Kerja sama Perguruan Tinggi dengan Lembaga Perbankan dan Keuangan Lainnya dalam Menciptakan Wirausahawan-Wirausahawan Baru*. Hasil Seminar. Bandung: LM-UNPAD.
- Zimmerer, T.W., & Scarborough, N.M. (1996). *Entrepreneurship and the new venture formation*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.