

Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi

Yunia Wardi^{1*}, Perengki Susanto² dan Nor Liza Abdullah³

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang, Indonesia

²Graduate School of Business, Universiti Kebangsaan Malaysia

³Faculty of Economics and Management, Universiti Kebangsaan Malaysia

Abstract. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian dalam mengambil risiko terhadap kinerja UKM Sumatera Barat yang dimoderasi oleh intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi. Populasi penelitian adalah seluruh pimpinan atau pemilik UKM pada komoditas produk/jasa usaha unggulan di Sumatera Barat. Sampel penelitian adalah sebagian dari pimpinan atau pemilik UKM pada komoditas produk/jasa usaha unggulan dengan menggunakan metode penyampelan non-probabilitas, yaitu sampel bertujuan. Ukuran sampel (sample size) diambil sebanyak 400 sampel. Penelitian ini menggunakan moderated regression analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil risiko berpengaruh secara signifikan pada kinerja UKM di Sumatera Barat. Namun, intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi tidak mampu memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Sumatera Barat. Implikasi manajerial dalam penelitian ini didiskusikan kemudian.

Kata Kunci: Intensitas persaingan, orientasi kewirausahaan, turbulensi pasar dan teknologi, kinerja UKM

Abstract. The purpose of this study is to analyse the effect of entrepreneurial orientation (EO) include innovativeness, proactiveness, and risk-taking on performance of small and medium enterprises (SMEs) in West Sumatra moderated by competitive intensity, market and technological turbulence. The population of the study was all managers or owners of leading products/services of SMEs in West Sumatra. Further, samples were taken by using nonprobabilities sampling method i.e. purposive sampling. The sample size used in the analysis of 400 samples. Data were analyzed by using moderated regression analysis (MRA). The findings show that EO includes innovativeness, proactiveness, and risk-taking have a significant effect on SMEs performance in West Sumatra. However, the moderating effect of competitive intensity, market and technological turbulence on the relationship between EO and SMEs performance were not supported. Managerial implications of the findings are then discussed.

Keywords: Competitive intensity, entrepreneurial orientation, market and technological turbulence, SMEs performance

*Corresponding author. Email: yuniawardi@yahoo.co.id

Received: 2 December 2016, Revision: 2 March 2017, Accepted: 10 April 2017

Print ISSN: 1412-1700; Online ISSN: 2089-7928. DOI: <http://dx.doi.org/10.12695/jmt.2017.16.1.4>

Copyright©2017. Published by Unit Research and Knowledge, School of Business and Management - Institut Teknologi Bandung (SBM-ITB)

Pendahuluan

Secara umum, peran usaha kecil dan menengah (UKM) sangat besar, 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). Begitu juga dengan Indonesia sebagai negara berkembang, UKM menjadi pelaku ekonomi dominan dengan jumlah mencapai 56,54 juta unit atau mencapai 99,99% pelaku ekonomi nasional. UKM ini berkontribusi terhadap pembentukan PDB menurut harga berlaku pada tahun 2011 sebesar 58,05% dan mengalami peningkatan menjadi 59,08% pada tahun 2012 (Bank Indonesia, 2015).

Namun, kontribusi UKM yang besar secara agregat belum mencerminkan kinerja terbaik UKM 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) 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 sehingga tidak mampu melakukan aktivitas usaha secara efisien, efektif dan fleksibel. Ketiga, jejaring (*networking*) masih terbatas sehingga menghambat akses informasi, pasar dan input dibanding UKM di negara lain. Keempat, keterhubungan (*linkage*) masih minim sehingga tidak dapat mengeksplorasi dengan baik pasar nasional maupun regional. Terakhir, akses keuangan (*access of financial*) kurang berpihak pada pelaku UKM sehingga terkendala dalam pengembangan usaha ke skala yang lebih besar. Kelemahan ini tidak hanya menghambat pertumbuhan kinerja UKM, tetapi juga melemahkan daya saing UKM pada suatu provinsi (Lantu, Triady, Utami, & Ghazali, 2016).

Fenomena kinerja UKM ini dapat ditemui di setiap provinsi di Indonesia, terutama di Provinsi Sumatera Barat yang basis perekonomiannya digerakkan oleh sektor UKM unggulan daerah khususnya dalam bidang industri unggulan meliputi usaha kerupuk dan sejenisnya, usaha bordiran/sulaman, kue/makanan ringan, tempe/tahu, usaha perabot, percetakan, dan lain-lainnya (Bank Indonesia, 2012). Meskipun komoditas unggulan daerah, tetapi kecenderungan usaha belum menunjukkan peningkatan pendapatan usaha dari tahun ke tahun. Hal ini diduga ada kaitannya dengan karakteristik usaha yang ditekuni oleh para pelaku UKM, yang mana lebih banyak bergerak pada sektor industri rumah tangga (*home industry*) padat karya (*labour intensive*) dengan adopsi teknologi relatif rendah dibanding sektor manufaktur seperti usaha konveksi dan pengolahan bahan lainnya.

Kondisi ini tentu tidak menguntungkan bagi para pelaku UKM sektor industri rumah tangga di daerah ini, terutama menghadapi intensitas persaingan usaha, baik intensitas persaingan sesama produk lokal maupun produk dari luar daerah. Padahal, secara empiris intensitas persaingan dapat berperan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko dengan kinerja UKM (Brouthers, Nakos, & Dimitratos, 2015; Forbes, 2005; Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009). Dengan kata lain, intensitas persaingan merupakan salah satu variabel penting dan diduga memoderasi hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM pada sektor industri rumah tangga.

Di samping itu, turbulensi pasar dan teknologi juga memberikan tekanan kuat pada kinerja UKM (Zhu & Matsuno, 2016). Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa sebagian besar produk UKM sektor industri rumah tangga di Sumatera Barat mengandalkan teknologi sederhana dan padat karya. Sedangkan, pelaku UKM daerah lain maupun negara lain telah berbasis teknologi tingkat tinggi untuk menghasilkan produk bermutu melalui jaringan pemasaran ritel moderen,

seperti pusat-pusat perbelanjaan (*mall*) atau swalayan (*supermarket*) dalam pasar domestik maupun internasional. Kenyataan dilapangan menunjukkan bahwa sukar untuk menemukan produk unggulan daerah dalam gerai-gerai ritel modern yang tersebar luas di Sumatera Barat. Hal ini diduga sebagai dampak dari tekan turbulensi pasar dan teknologi yang tinggi sehingga berkonsekuensi pada pertumbuhan kinerja UKM sektor industri rumah tangga.

Kondisi UKM ini menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut yang fokus pada UKM sektor unggulan industri rumah tangga untuk mengisi keterbatasan penelitian terdahulu, meskipun penelitian sebelumnya telah menjadikan intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi sebagai variabel pemoderasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan (seperti Thanos, Dimitratos, & Sapouna, 2016; Ambad & Wahab, 2016; Rauch dkk., 2009), namun belum mengklasifikasikan sektor industri yang diteliti, padahal setiap sektor industri memiliki karakteristik yang unik dan memiliki keterbatasan sumberdaya yang berbeda-beda. Selain itu, sebagian penelitian terdahulu lebih banyak memberikan perhatian pada industri yang menggunakan teknologi tingkat tinggi (seperti Flatten, Engelen, Möller, & Brettel, 2015; Engelen, Neumann, & Schmidt, 2016). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap empiris dalam konteks UKM sektor unggulan industri rumah tangga yang masih kurang mendapat tempat dalam peneliti terdahulu.

Berangkat dari permasalahan yang telah dipaparkan di atas maka diperlukan kajian mendalam mengenai: 1) orientasi kewirausahaan pada pelaku UKM meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko, 2) intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi dalam menentukan kinerja usaha UKM, 3) peran intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi sebagai pemoderasi hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM.

Konsep Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

UKM diartikan secara luas dan beragam. Menurut *Small Business Administration* (SBA), UKM merupakan perusahaan yang dijalankan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam sebuah industri (D'Amboise & Muldowney, 1988; Peterson, Albaum, & Kazmetsky, 1986). Sedangkan, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UKM menjelaskan, bahwa UKM sebagai “usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagai mana dimaksud dalam undang-undang ini”.

Pengertian UKM yang telah dikemukakan di atas, menekankan pada perusa-haan yang dijalankan dan dimiliki secara independen dengan kriteria tertentu. Khususnya, merujuk pada kriteria UKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, diukur dari kekayaan bersih perusahaan atau penjualan per tahun. UKM memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta Rp 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan lebih dari Rp 300 juta-Rp 2,5 milyar per tahun. Kriteria UKM di Indonesia dapat diubah sesuai perkembangan perekonomian negara dan diatur menurut Peraturan Presiden.

Beberapa pengertian dan kriteria UKM lainnya di Indonesia, juga bersumber dari peraturan perundang-undangan yang berlaku terutama mengenai pengertian dan kriteria UKM. Contohnya, definisi UKM menurut Bank Indonesia adalah perusahaan yang dimiliki dan dijalankan secara independen dengan kriteria sesuai undang-undang yang berlaku di Indonesia. Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa definisi UKM adalah perusahaan yang dijalankan dan dimiliki secara independen dengan kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta-Rp 500 juta (di luar bangunan dan tanah) atau penjualan per tahun lebih dari penjualan 300 juta-2,5 milyar per tahun.

Orientasi Kewirausahaan (Entrepreneurial Orientation)

Perkembangan dalam bidang manajemen strategik mengalami pergeseran pada proses kewirausahaan, yang mana metode, praktik, dan gaya pengambilan keputusan manajer menggunakan tindakan kewirausahaan (Lumpkin & Dess, 1996). Sebelumnya, Stevenson dan Jarillo (1990) menganalogikan bahwa studi orientasi kewirausahaan merupakan konsep manajemen kewirausahaan, merefleksikan proses, metode, dan gaya organisasional bertindak secara kewirausahaan. Oleh karena itu, Dess dan Lumpkin (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin meningkatkan keberhasilan kewirausahaan korporat (*corporate entrepreneurship*) harus berorientasi kewirausahaan.

Orientasi kewirausahaan merupakan karakteristik pada level perusahaan karena mencerminkan perilaku perusahaan (Covin dan Slevin, 1989; Miller, 1983). Lebih khusus Miller (1983) memperkenalkan dimensi spesifik dari orientasi kewirausahaan atas tiga dimensi yaitu, keinovasian (*innovativeness*), keproaktifan (*proactiveness*), dan keberanian mengambil risiko (*risk taking*).

Pertama, keinovasian adalah kesediaan memperkenalkan corak baru (*newness*) dan sesuatu yang baru (*novelty*) melalui proses eksperimentasi dan kreatifitas yang ditujukan untuk pengembangan produk dan jasa baru maupun proses baru (Dess & Lumpkin, 2005). Kedua, keproaktifan adalah karakteristik prospektif yang memandang ke depan (*forward-looking*) yang memiliki tinjauan masa depan (*foresight*) untuk mencari peluang dalam mengantisipasi permintaan mendatang (Dess & Lumpkin, 2005). Terakhir, keberanian berisiko merupakan kesediaan perusahaan memutuskan dan bertindak tanpa pengetahuan yang pasti dari kemungkinan pendapatan dan mungkin melakukan spekulasi dalam resiko personal, finansial dan bisnis (Dess & Lumpkin, 2005).

Lumpkin dan Dess, (2005) menambahkan dua dimensi lainnya, yaitu otonomi (*autonomy*) yang luas dalam pengambilan keputusan, dan memiliki keagresipan (*aggressiveness*) perusahaan untuk mengejar posisi unggul dalam persaingan bisnis. Namun, sebagian besar penelitian dalam konteks UKM kecenderungan secara dominan menggunakan tiga dimensi orientasi kewirausahaan yaitu keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko (Covin & Slevin, 1989; Kreiser, Marino, & Weaver, 2002; Morris & Paul, 1987; Naman & Slevin, 1993; Tang, Tang, Marino, Zang, & Li, 2008; Wiklund, 2003). Covin dan Slevin (1989), menemukan bahwa perusahaan atau UKM berorientasi kewirausahaan cenderung berperilaku keinovasian, keberanian mengambil risiko dan proaktif.

Penelitian ini mengadopsi konsep dan pengukuran orientasi kewirausahaan yang dikemukakan oleh Miller, 1983; Covin dan Slevin, 1989; Kreiser dkk., 2002, karena relevan dengan konteks penelitian yang akan dilakukan di UKM. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa UKM yang berorientasi kewirausahaan adalah UKM yang bersedia untuk berinovasi, proaktif dalam mencari peluang baru, serta memiliki keberanian dalam mengambil risiko bisnis.

Lingkungan Persaingan Bisnis

Lingkungan persaingan bisnis menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kinerja UKM dalam jangka panjang. Ketika lingkungan persaingan bisnis sulit untuk diprediksi atau penuh ketidakpastian maka kinerja UKM akan ditentukan oleh seberapa mampu pemilik UKM menyikapi perubahan lingkungan tersebut. Kumar, Jones, Venkatesan, dan Leone (2011) menjelaskan bahwa lingkungan persaingan bisnis meliputi intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi akan menentukan kinerja UKM dalam jangka waktu panjang. Oleh karena itu, UKM yang dapat bertahan dalam lingkungan bisnis yang turbulensi membutuhkan kemampuan untuk menyesuaikan dengan dinamika pasar dan perubahan teknologi yang cepat.

Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Perusahaan

Secara umum para peneliti setuju bahwa orientasi kewirausahaan memiliki tiga dimensi yaitu keinovasian (*innovativeness*), (2) keproaktifan (*proactiveness*), dan (3) keberanian mengambil risiko (*risk taking*) yang memengaruhi kinerja perusahaan (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1989; Rauch dkk., 2009). Temuan empiris juga menunjukkan hal sama, bahwa perusahaan yang berorientasi kewirausahaan memiliki kinerja lebih baik dibandingkan tidak mengadopsi orientasi kewirausahaan (Covin & Slevin, 1989; Li, Zhao, Tan, & Liu, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003; Rauch dkk., 2009), terutama kinerja keuangan. Sedangkan, kinerja non-keuangan, seperti meningkatnya kepuasan pemilik perusahaan tidak berbanding lurus karena peningkatan kepuasan pemilik disebabkan dengan membaiknya kinerja keuangan, bukan langsung karena orientasi kewirausahaan (Rauch dkk., 2009).

Beberapa temuan lainnya, menunjukkan lemahnya hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan (Dimitratos, Lioukas, & Carter, 2004). Sedangkan, Tang dkk. (2008) menemukan kurva U terbalik (*inverted U-shape*) tentang hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM di Cina, karena adanya perbedaan karakteristik industri. Lebih ekstrim lagi, Covin dan Slevin (2006) tidak menemukan hubungan positif orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan dalam konteks yang berbeda. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa terdapatnya perbedaan temuan empiris hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja disebabkan oleh perbedaan konteks dan karakteristik industri.

Dalam konteks UKM, orientasi kewirausahaan menunjukkan hubungan yang kuat pada kinerja UKM (Li dkk., 2008). Hal ini dikarenakan UKM memiliki kemampuan merespon dengan cepat ancaman dan peluang bisnis (Chen & Hambrick, 1995). Kemampuan ini menjadi modal dasar UKM untuk dapat terus-menerus mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya.

McGrath dan MacMillan (2000) menyatakan perlunya pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*) untuk menemukan peluang baru untuk mere-majakan bisnis yang sudah eksis. Pola pikir kewirausahaan ini yang melekat kuat pada UKM. Lagi pula, kecenderungannya UKM sangat kreatif mencari peluang pasar yang ada sehingga membuat mereka dapat terus bertahan dalam berbagai kondisi. Keunggulan ini tidak dimiliki oleh perusahaan besar. Hal ini diperkuat dengan temuan Salter dan Narver (2000) bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh pada kinerja perusahaan besar.

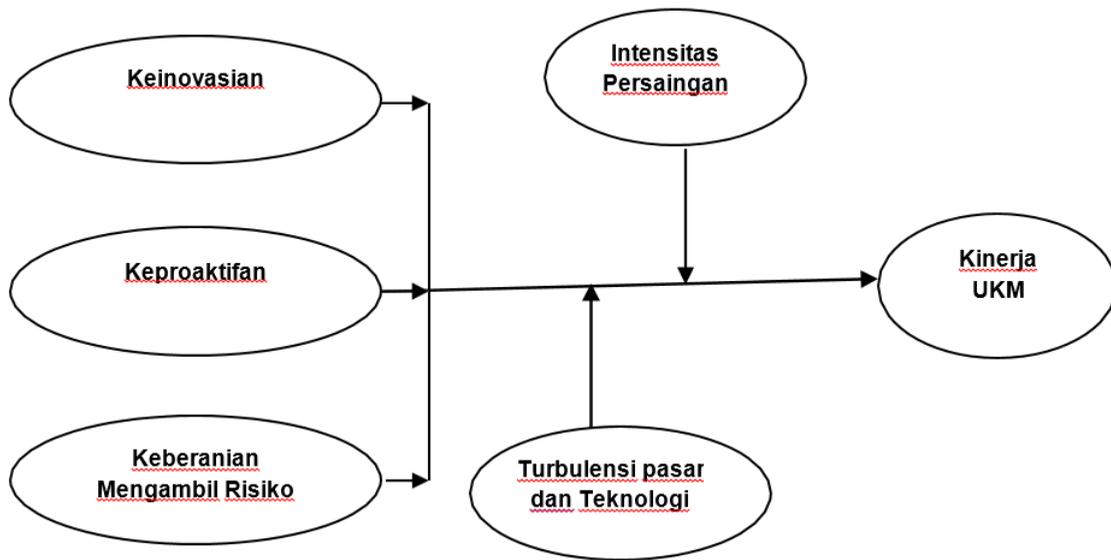
Dengan demikian dapat dikatakan bahwa UKM yang mampu bertahan dalam persaingan bisnis apabila memiliki perilaku kewirausahaan seperti keproaktifan atau mampu dengan cepat merespon ancaman dan memanfaatkan peluang pasar yang tersedia. Lalu, berani mengambil resiko atas peluang bisnis. Terakhir, terus melakukan inovasi atas produk dan jasa yang diberikan bagi pelanggannya. Oleh karena itu, perilaku kewirausahaan (keproaktifan, keberanian berisiko, dan keinovasian) inilah yang memengaruhi kinerja perusahaan.

Studi Pendahuluan

Berdasarkan hasil penelitian Susanto (2010) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) tahun 2010 menemukan, bahwa para pengusaha UKM di DIY tidak sepenuhnya berorientasi kewirausahaan yaitu dimensi keproaktifan dan keinovasian tidak memengaruhi kinerja UKM, sedangkan dimensi keberanian mengambil risiko secara signifikan menentukan kinerja UKM di DIY. Hal menunjukkan bahwa keberhasilan UKM di DIY hanya ditentukan oleh variabel keberanian dalam mengambil risiko dari para pelaku UKM di Provinsi DIY. Selanjutnya, hasil penelitian Komoditi/Pruduk Jasa Usaha (KPJU) unggulan Sumatera Barat tahun 2011, kerjasama Bank Indonesia Padang dengan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang memberikan gambaran umum mengenai produk unggulan UKM Sumatera Barat tahun 2011.

Namun, kajian ini belum menganalisis secara mendalam perilaku dari pelaku UKM Sumatera Barat. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian secara mendalam dengan pendekatan keperilakuan dan kaitannya dengan kinerja UKM.

Berdasarkan pada tinjauan literatur yang telah dikemukakan di atas maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Mengacu pada kerangka konseptual penelitian di atas dapat dilihat bahwa kinerja UKM dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko. Kemudian, pengaruh orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko terhadap kinerja UKM diperkuat atau diperlemah oleh intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi sebagai variabel pemoderasi dalam mempengaruhi kinerja.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survai yang menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data. Untuk mendapatkan data sesuai dengan rancangan penelitian maka digunakan tipe pertanyaan tertutup (*closed-ended question*). Tipe kuesioner pertanyaan tertutup ditujukan untuk mengukur orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian,

keproaktifan, keberanian mengambil risiko pada kinerja UKM di Provinsi Sumatera Barat dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis. Selain itu, pertanyaan tertutup juga digunakan untuk mengukur intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi.

Populasi merupakan jumlah keseluruhan elemen atau anggota populasi yang diteliti (Cooper & Schindler, 2011). Penelitian ini menggunakan analisis pada level organisasional sehingga anggota populasinya adalah seluruh pimpinan atau pemilik UKM di Daerah Sumatera Barat. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasinya sehingga cukup diambil sebagian dari anggota populasi yang representatif atau dikenal dengan sampel penelitian.

Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode non probabilitas (*non-probability*), yaitu sampel bertujuan (*purposive sampling*).

Kriteria sampel diambil berdasarkan Komoditas Produk/Jasa Usaha unggulan (KPJU) Sumatera Barat tahun 2011, khususnya sektor unggulan industri rumah tangga. Ukuran sampel diambil sebanyak 500 sampel dengan pertimbangan kecukupan sampel secara statistik untuk mendapatkan *power* 0,8 dengan alfa 0,05 maka sampel minimal 5 kali sampai 20 item yang diobservasi (Hair, Anderson, Babin, & Black, 2010:12).

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup untuk mendapatkan data primer. Data primer dapat diartikan sebagai data yang diperoleh langsung dari responden dan belum diolah oleh pihak manapun untuk tujuan penelitian tertentu (Cooper & Schindler, 2011). Sumber data dari pihak pertama yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pimpinan UKM di Sumatera Barat yang terpilih menjadi responden penelitian meliputi Kota Payakumbuh dan Kota Padang dengan pertimbangan kedua kota ini merupakan sentra dari UKM sektor industri rumah tangga (Bank Indonesia, 2012).

Definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut. Pertama, *orientasi kewirausahaan* merupakan persepsi manajer atas kesediaannya dalam melakukan keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko dalam menjalankan perusahaan selama tiga tahun terakhir. Pengukuran orientasi kepengusahaan diadopsi Covin dan Slevin (1989). Semua item pertanyaan pengukurannya berdasarkan skala 5 poin (1= sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju).

Kedua, lingkungan pesaing meliputi intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi. Definisi operasional dan pengukuran lingkungan persaingan meliputi intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi diadopsi dari Kumar *dkk.* (2011). Semua item pertanyaan pengukurannya berdasarkan skala 5 poin (1= sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju).

Ketiga, operasionalisasi *kinerja UKM* diadopsi dari penelitian Wiklund dan Shepherd (2003)

mengukur kinerja perusahaan dengan meminta responden membandingkan perkembangan kinerja perusahaannya selama tiga tahun terakhir dari pesaing utama mereka. Ukuran kinerja dalam bentuk persepsian dengan skala 5 poin skala dari 'sangat rendah' sampai dengan 'sangat tinggi'. Kinerja usaha diukur dari aspek keuangan dan non keuangan secara persepsian dalam tiga tahun terakhir, dengan meminta persepsi mereka atas kinerja perusahaan selama 3 tahun terakhir. Pertimbangan untuk menggunakan data persepsian untuk mengukur kinerja UKM karena tidak tersedianya laporan keuangan yang memadai dari pelaku UKM. Kemudian untuk mengatasi bias persepsi laporan sendiri (*self report*) kinerja mengikuti prosedur *common method variance* (Podsakoff & Organ, 1986).

Analisis data dalam penelitian ini berupa analisis deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan kinerja UKM Sumatera Barat. Selanjutnya untuk menguji efek moderasi dari lingkungan persaingan dilakukan analisis moderasi dengan alat analisis *moderated regression analysis* (MRA) untuk mengetahui pengaruh multi-level antar variabel, meliputi (1) pengaruh variabel keinovasian pada kinerja UKM di moderasi oleh lingkungan persaingan, (2) pengaruh variabel keproaktifan pada kinerja UKM dimoderasi oleh lingkungan persaingan, dan (3) pengaruh keberanian mengambil risiko pada kinerja UKM dimoderasi oleh lingkungan persaingan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penyebaran kuesioner penelitian dari 500 orang responden penelitian yaitu pemilik atau pimpinan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang direncanakan, ternyata kuesioner yang berhasil kembali sebanyak 420 buah dengan tingkat pengembalian (*response rate*) sebesar 84%. Kuesioner yang digunakan dalam analisis sebanyak 400 kuesioner dan sisanya 9,6% tidak layak digunakan karena ada beberapa item pertanyaan yang kosong atau tidak dijawab oleh responden (*missing value*).

Jumlah kuesioner yang dianalisis telah memenuhi syarat kecukupan sampel minimum secara statistik, yaitu satu item diwakili oleh 5 sampai 20 observasi atau 130 responden untuk mendapat tingkat kekuatan penelitian 0,80 pada level signifikan yang diinginkan pada alpha 0,05 (Hair dkk., 2010:12).

Karakteristik sampel penelitian dapat dilihat dari umur usaha, jenis usaha, dan pengambilan keputusan dalam usaha. Karakteristik umur usaha dikategorikan atas empat kelompok yaitu (1) ≥ 3 tahun sampai dengan ≤ 5 tahun, (2) > 5 tahun sampai dengan ≤ 10 tahun, (3) > 10 tahun sampai dengan ≤ 15 tahun, dan (4) > 15 tahun ke atas. Kemudian, jenis usaha dikelompokkan berdasarkan pada Komoditi Produk Jenis Usaha Unggulan (KPJU) Sumatera Barat yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia tahun 2012 yaitu (1) Bordiran dan sulaman, (2) Kerupuk dan sejenisnya, (3) kue dan makanan ringan, (4) tahu dan tempe, (5) perabot, (6) percetakan dan periklanan, (7) usaha lain-lainnya. Terakhir, pengambilan keputusan dalam usaha berdasarkan jenis kelamin.

Gambaran mengenai umur perusahaan atau sampel penelitian dapat dilihat secara rinci pada Tabel 1. Berdasarkan umur usaha yang dikelola atau dipimpin oleh pelaku UKM sebagian besar telah berusia >5 tahun sebanyak 60,25% dan sekitar 39,75% perusahaan baru atau usia <5 tahun. Artinya perusahaan yang dijadikan sampel merupakan perusahaan yang telah berpengalaman dalam menjalankan usahanya selama bertahun-tahun. Kemampuan UKM bertahan cukup lama dalam persaingan bisnis yang kompetitif mengindikasikan bahwa adanya kemampuan manajerial pimpinan atau pemilik UKM yang cukup baik sehingga mampu mempertahankan kesinambungan usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan kategori usaha unggulan yang dijalankan para pelaku UKM dapat dikelompokkan atas lima usaha, yaitu usaha kerupuk dan sejenis, usaha kue dan makanan ringan lainnya, usaha bordiran dan sulaman, usaha tempe, dan usaha perabot. Secara rinci gambaran umum jenis usaha sampel penelitian disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 1.

Gambaran Umur Perusahaan atau Usaha Dikelola Pelaku UKM

No.	Umur Perusahaan atau Usaha	Jumlah	Persentase
1.	$= 3$ tahun sampai dengan $= 5$ tahun	159	39,75
2.	> 5 tahun sampai dengan $= 10$ tahun	98	24,50
3.	> 10 tahun sampai dengan $= 15$ tahun	62	15,50
4.	> 15 tahun ke atas	81	20,25
Jumlah		400	100

Tabel 2.

Gambaran Umum Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
1.	Bodiran dan Sulaman	82	20,50
2.	Kerupuk dan sejenisnya	50	12,50
3.	Kue dan makanan ringan	116	29,00
4.	Tahu/tempe	10	02,50
5.	Perabot	62	15,50
6.	Percetakan dan periklanan	29	07,25
7.	Lain-lainnya	51	12,75
Jumlah		400	100

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa jenis usaha kue dan makanan ringan menjadi responden paling banyak terambil sebagai sampel penelitian yaitu 29,00 %, disusul oleh jenis usaha bordiran dan sulaman sebesar 20,50% dan usaha perabot sebesar 15,50%. Sedangkan, usaha yang paling sedikit terambil sebagai sampel adalah tahu/tempe dan percetakan.

Berdasarkan sampel terambil dapat dimaknai adanya kecenderungan bahwa jenis usaha UKM yang dominan di Sumatera Barat adalah usaha kerupuk dan sejenisnya, bordiran dan sulaman, kue dan makanan ringan, dan usaha perabot. Sedangkan, pengambilan keputusan usaha berdasarkan jenis kelamin ditampilkan dalam Tabel 3.

Tabel 3.

Gambaran Pengambil Keputusan Usaha Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	176	44,00
2	Perempuan	224	56,00
	Jumlah	400	100,00

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dalam usaha lebih didominasi oleh perempuan sebesar 56%. Hal ini sejalan dengan jenis usaha yang diteliti sebagian besar usaha yang selama ini banyak dikerjakan oleh kaum perempuan seperti usaha kerupuk dan sejenisnya, usaha bordiran/sulaman, usaha kue dan makanan ringan, dan usaha tempe/tahu. Sedangkan usaha perabot, periklanan dan usaha lainnya hanya sebagian kecil tingkat keterlibatan perempuan, meskipun tidak tertutup kemungkinan perempuan dominan menjadi pengusaha perabot, periklanan dan usaha lainnya. Deskripsi data penelitian disajikan pada Tabel 4 meliputi rata-rata, standar deviasi, dan korelasi antar satu variabel dengan variabel lainnya.

Berdasarkan pada nilai rata-rata jawaban responden paling tinggi ditunjukkan oleh variabel intensitas persaingan sebesar 4,253 dan kemudian disusul oleh variabel keproaktipan sebesar 3,955. Ini menunjukkan kekonsistenan jawaban responden secara rata-rata karena ketika responden menjawab tingkat persaingan usaha yang tinggi maka secara konsisten responden juga menjawab pertanyaan terkait dengan perilaku keproaktipan dengan kecenderungan jawaban para rentang tinggi. Kemudian dilihat dari nilai rata-rata keinovasian sebesar 3,898 juga berada pada rentang tinggi. Terakhir, nilai rata-rata keberanian mengambil risiko berada pada rentang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya kekonsistensian jawaban responden secara skor rata-rata.

Tabel 4.

Deskripsi Statistik dan Koefisien Korelasi antar Variabel

Variabel	Mean	S.D	1	2	3	4	5
1. Kinerja Perusahaan (Y)	3,663	,479					
2. Keproaktipan (X1)	3,995	,579	.301**				
3. Keberanian berisiko (X2)	3,888	,515	.242**	.309**			
4. Keinovasian (X3)	3,898	,611	.327**	.296**	.226**		
5. Intensitas Persaingan (X4)	4,253	,711	.192**	.259**	.263**	.170**	
6. Turbulensi pasar dan teknologi (X5)	3,863	,565	.171**	.227**	.300**	.308**	.324**

S.D is standard deviation

* Correlation is significant at the 0.05 level (two-tailed)

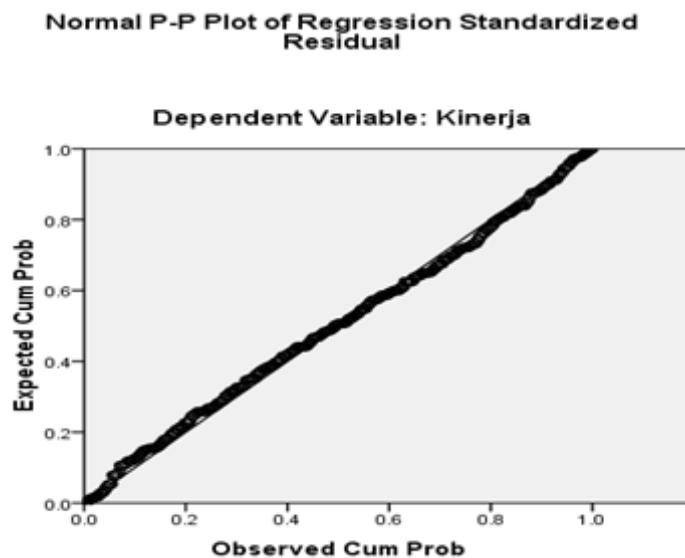
** Correlation is significant at the 0.01 level (two-tailed)

Kedua, standar deviasi mencerminkan sebaran data, yang mana semakin tinggi nilai standar deviasi maka data menyebar di sekitar nilai rata-ratanya dan sebaliknya semakin kecil standar deviasi maka data akan mengelompok pada nilai rata-ratanya. Nilai standar deviasi tertinggi dimiliki oleh intensitas persaingan sebesar 0,711, kemudian diikuti oleh variabel keinovasian sebesar 0,611. Namun secara keseluruhan keempat variabel penelitian memiliki standar deviasi cenderung tergolong kecil sehingga penyebaran data mengelompok pada nilai rata-rata. Terakhir, korelasi antara variabel yang ditunjukkan Tabel 4 memiliki arah hubungan yang positif meliputi, hubungan kinerja perusahaan dengan keinovasian 0,327 pada level signifikansi < 0,05.

Hal ini mengindikasikan terdapatnya hubungan yang kuat antara variabel kinerja perusahaan dengan keinovasian. Kemudian variabel keproaktifan memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan sebesar 0,301. Selanjutnya variabel keberanian berisiko memiliki hubungan yang kuat pada variabel kinerja perusahaan dengan arah hubungan positif. Selanjutnya, intensitas persaingan memiliki hubungan dengan kinerja perusahaan yang cukup kuat pada level signifikan 0,05.

Terakhir, turbulensi pasar dan teknologi juga memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel memiliki hubungan yang cukup kuat antar satu dengan lainnya sehingga untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel prediktor terhadap variabel kriteria dapat diuji dengan menggunakan analisis regresi.

Sebelum dilakukan uji hipotesis perlu dilakukan uji prasyarat secara statistik meliputi uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Pertama, uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang diuji, kesalahan (*error*) yang dihasilkan mempunyai distribusi normal. Untuk menguji normalitas model regresi dapat dilihat sebaran data dalam histogram dan sebaran data pada *normal probability plot* (NPP). Hasil analisis data menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal dan sebaran data mengikuti arah garis diagonal. Secara statistik dapat dikatakan bahwa model layak dilanjutkan dalam analisis regresi.



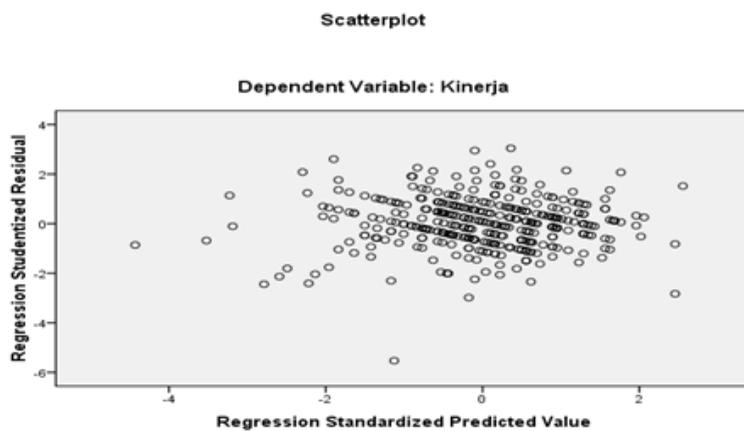
Gambar 2. Normal Probability Plot

Kedua, uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel tidak memiliki hubungan yang erat satu sama lainnya secara statistik. Model terbebas dari multikolinieritas apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) berada sekitar angka 1 dan *Tolerance* mendekati angka 1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF sekitar 1 dan *tolerance* mendekati 1. Ketiga, uji homoskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi tidak terdapat ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Apabila nilai varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, varians berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas. Oleh karena itu, model yang baik terbebas dari heteroskedastisitas. Hasil olahan data menunjukkan, bahwa grafik tidak terjadi heteroskedastisitas karena tidak membentuk pola tertentu.

Tabel 5.
Uji Multikolinieritas

Variables	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Keproaktipan	,771	1,297
Keberanian berisiko	,761	1,314
Keinovasian	,725	1,379
Turbulensi pasar dan teknologi	,763	1,311



Gambar 3. Uji Heterokedasitas dengan Scatterplot

Pengujian Hipotesis Penelitian

Analisis data menggunakan *moderated regression analysis* (MRA) untuk menguji efek moderasi dari variabel penelitian. Analisis data menggunakan MRA dilakukan dengan beberapa tahapan pengujian meliputi

pengujian pengaruh utama (*main effects*) dan pengaruh interaksi (*interaction effects*). Pengaruh utama dan interaksi dapat dirumuskan dalam beberapa model persamaan penelitian sebagai berikut ini, yaitu:

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \tag{1}$$

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 \tag{2}$$

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6(x_1.x_4) + b_7(x_2.x_4) + b_8(x_3.x_4) + b_9(x_1.x_5) + b_{10}(x_2.x_5) + b_{11}(x_3.x_5) \tag{3}$$

Model persamaan 1 di atas dapat dimaknai secara statistik bahwa variabel kinerja (Y) merupakan variabel kriteria, konstanta (b_0), koefisien (b), keproaktipan (x_1), keberanian berisiko (x_2), dan keinovasian (x_3). Model persamaan 2 memasukkan variabel intensitas persaingan (x_4), dan turbulensi pasar dan teknologi (x_5). Model persamaan 3 merupakan pengujian efek interaksi dengan menambahkan variabel interaksi antara variabel meliputi keproaktipan dengan intensitas persaingan dan turbulensi pasar dan teknologi, interaksi keberanian berisiko dengan intensitas persaingan dan turbulensi pasar dan teknologi, dan interaksi keinovasian dengan intensitas persaingan dan turbulensi pasar dan teknologi. Ringkasan hasil pengujian setiap hipotesis disajikan dalam Tabel 6.

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa model persamaan 1 menunjukkan hasil bahwa nilai R^2 sebesar 0,167 atau 16,7% kemampuan variabel prediktor menjelaskan varian variabel kriteria.

Secara statistik model persamaan 1 dinyatakan layak karena nilai F sebesar 26,541 dengan tingkat signifikansi pada $\alpha = 0.05$. Kemudian hasil pengujian hipotesis menunjukkan, bahwa ketiga variabel prediksi memiliki pengaruh yang signifikan pada $\alpha = 0.05$. Namun, ketika dimasukkan variabel prediksi, yaitu intensitas persaingan dan turbulensi pasar dan teknologi maka hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel intensitas persaingan dan turbulensi pasar dan teknologi terhadap kinerja usaha UKM. Begitu juga dengan peningkatan nilai R^2 sebesar 0,006 sangat kecil atau tidak berarti. Selanjutnya, model 3 menunjukkan bahwa tidak terdapat efek moderasi variabel intensitas persaingan dan turbulensi pasar dan teknologi terhadap pengaruh variabel prediksi pada variabel kriteria sehingga model persamaan akhir dikeluarkan semua variabel yang tidak signifikan.

Tabel 6.

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA)

Variabel	Model 1	Model 2	Model 3
Keproaktipan	0,157*	0,146*	-0,137
Keberanian berisiko	0,120*	0,106*	-,022
Keinovasian	0,190*	0,185*	0,191*
Intensitas persaingan		0,052	-0,115
Turbulensi pasar dan teknologi		0,000	-0,283*
Keproaktipan x Intensitas Persaingan			0,087
Keberanian berisiko x Intensitas Persaingan			-0,006
Keinovasian x Intensitas Persaingan			-0,048
Keproaktipan x Turbulensi pasar dan teknologi			-0,006
Keberanian berisiko x Turbulensi pasar dan teknologi			0,042
Keinovasian x Turbulensi pasar dan teknologi			0,040
R2	0.167	0.173	0.615
R2 (<i>Adjusted</i>)	0.161	0.162	0.603
F	26,541	16,443	51.632

* Signifikan pada $p < 0.05$

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kinerja UKM di Sumatera Barat dipengaruhi oleh keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil risiko. Hasil analisis menunjukkan bahwa bahwa variabel yang memberikan pengaruh besar pada kinerja UKM adalah variabel keinovasian. Hal ini berarti bahwa kinerja UKM meningkat secara signifikan apabila pelaku UKM terus berperilaku secara inovatif. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dari Terziovski (2010) bahwa inovasi merupakan faktor pendorong utama (*key driver*) dari kinerja UKM terutama di sektor manufaktur. Hal yang sama juga ditemukan dalam sektor industri makanan bahwa situasi inovasi mempunyai hubungan yang erat dengan kinerja UKM (Jenatabadi, 2014). Dengan kata lain, apapun sektor usaha yang digeluti oleh para pelaku UKM sebaiknya mampu menciptakan suasana dan tindakan-tindakan inovatif dalam mendorong kinerja usaha yang lebih baik.

Selanjutnya, kinerja UKM dipengaruhi secara signifikan oleh variabel keproaktifan. Perilaku keproaktifan dapat dilihat dari kemampuan pelaku UKM mencari dan mengeksploitasi peluang usaha yang ada. Brouthers dkk. (2014) menemukan bahwa keproaktifan sebagai salah satu dimensi dari orientasi kewirausahaan yang akan menentukan kinerja UKM dalam berbagai cakupan, bahkan dalam konteks kinerja usaha secara luas atau internasional sangat dibutuhkan kemampuan keproaktifan dalam menangkap berbagai peluang usaha yang ada dalam pasar yang lebih luas.

Begitu juga dengan pelaku UKM di Sumatera Barat, sebaiknya proaktif dalam mencari peluang usaha tidak terbatas pada pasar lokal yang ada, perlu juga memperluas cakupan pasar. Bila dikaitkan dengan jenis usaha yang dominan adalah usaha atau produk unggulan daerah, maka tidak tertutup kemungkinan untuk dapat memperluas jangkauan pasar ke daerah lain. Hal ini tergantung kemampuan dari pelaku usaha membaca peluang usaha yang ada. Selain itu, kinerja UKM juga dipengaruhi oleh variabel keberanian mengambil risiko.

Pelaku UKM yang berani mengambil risiko memiliki peluang untuk berhasil. Kraiczy, Hack, dan Kellermanns (2015) menunjukkan bahwa kinerja UKM sangat ditentukan oleh keberanian mengambil risiko terutama dalam kondisi-kondisi ketidakpastian. Untuk itu, pelaku UKM Sumatera Barat sebaiknya tidak membiasakan sikap 'tunggu-dan-lihat' dalam kondisi ketidakpastian lingkungan dengan alasan untuk meminimalkan risiko usaha. Sebaiknya, sikap berani mengambil risiko dimiliki oleh setiap pelaku UKM Sumatera Barat apabila ingin terus memperluas cakupan usahanya. Hasil empiris juga mendukung bahwa keberanian mengambil risiko dapat memperluas cakupan usaha atau pasar hingga ke ruang lingkup yang luas, bahkan dalam cakupan internasional (Dai, Maksimov, Gilbert, & Fernhaber, 2014).

Kemudian, temuan lainnya menunjukkan bahwa intensitas persaingan tidak berpengaruh pada kinerja usaha UKM di Sumatera Barat. Hal ini berarti bahwa tinggi atau rendahnya persaingan usaha tidak mempengaruhi kinerja usaha yang dijalani oleh pelaku UKM di Sumatera Barat. Hal ini diduga ada kaitannya dengan mentalitas bersaing para pelaku UKM yang rendah dikarenakan oleh faktor persaudaraan, dan rasa sosial yang tinggi sesama pelaku UKM sehingga dinamika dan perkembangan usaha relatif sama.

Terakhir, kinerja UKM tidak dipengaruhi oleh turbulensi pasar dan teknologi. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan temuan Kumar dkk. (2011) bahwa turbulensi pasar dan teknologi mempengaruhi kinerja. Hal ini dikarenakan pasar yang dilayani UKM cenderung tradisional sesuai dengan karakteristik produk khas daerah yang dipasarkan sehingga perubahan pasar yang cepat tidak berdampak pada kinerja UKM di Sumatera Barat. Kemudian, usaha yang dilakukan UKM bersifat padat karya (*labor intensive*) dengan menggunakan teknologi sederhana sehingga dalam proses produksi pelaku UKM lebih berkonsentrasi pada penggunaan tenaga kerja yang banyak dari pada pengadopsian teknologi tinggi sehingga

perubahan teknologi yang cepat tidak berdampak pada perkembangan kinerja UKM di Sumatera Barat. Hal ini sejalan dengan pendapat Scott (2006) bahwa industri dengan teknologi rendah (*low-technology industries*) ditekankan untuk proses pengembangan ekonomi. Dengan demikian, UKM juga berperan sebagai penyedia lapangan kerja bagi masyarakat di sekitar usaha tersebut.

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa orientasi kewira-usahaan meliputi keinovasian, keproaktifan, keberanian mengambil risiko menjadi faktor utama dalam meningkatkan kinerja UKM di Sumatera Barat. Hal ini sesuai dengan karakteristik usaha UKM yang dominan di Sumatera Barat berupa usaha atau produk khas daerah, meliputi usaha bordiran dan sulaman, kerupuk dan sejenis, kue dan makanan ringan. Karakteristik produk khas daerah ini memiliki keunikan tersendiri sehingga peluang untuk dapat bertahan cenderung tinggi, namun untuk dapat mengimbangi perubahan selera konsumen yang berubah maka perlu dilakukan tindakan-tindakan yang inovatif, mencari peluang-peluang baru, dan berani mencoba sesuatu yang baru untuk menjawab kejenuhan pasar.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja UKM dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko. Namun, intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi tidak mampu memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja UKM di Sumatera Barat. Dengan demikian, untuk meningkatkan kinerja UKM perlu keinovasian, keproaktifan, dan keberanian berisiko tanpa mempertimbangkan intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi. Hal ini diduga ada kaitannya dengan karakteristik usaha yang dijalani oleh pelaku UKM di Sumatera, yang mana sebagian besar produk UKM adalah produk unggulan daerah sehingga intensitas

persaingan relatif rendah karena tidak ada produk pesaing dari luar daerah. Selain itu, keunggulan produk khas daerah mempunyai keunikan tersendiri sehingga variasi tergantung pada keinovasian dari para pelaku UKM. Disamping itu, kualitas dan produksi produk unggulan daerah yang padat karya sangat tergantung dengan ketersediaan dan kemampuan dari tenaga kerja lokal.

Berdasarkan simpulan di atas dapat disarankan pada pelaku UKM untuk meningkatkan kinerja usaha perlu melakukan inovasi produk sesuai dengan keinginan pasar atau pelanggan, lebih proaktif dalam mencari peluang-peluang usaha baru dan berani mengambil berbagai risiko usaha yang mungkin terjadi sebagai konsekuensi dari keinovasian dan keproaktifan. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah perlu mempertimbangkan sektor atau bidang usaha dari UKM dan tidak cukup hanya mengelompokkan UKM berdasarkan kelompok manufaktur atau jasa. Hal ini dikarenakan setiap kelompok UKM memiliki sumberdaya dan kompetensi yang berbeda terutama dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis.

Daftar Pustaka

- Ambad, S. N. A., & Wahab, K. A. (2016). The relationship between corporate entrepreneurship and firm performance: Evidence from Malaysian Large Companies. *International Journal of Business and Society*, 17 (2), 259.
- Apindo. (2012). *37th Confederation of Employer (ACE) CEO and Board of Director Meeting*. Apindo Country Report. In Singapura 12 Mei 2012.
- Bank Indonesia (2012). *Komoditi, produk jasa usaha unggulan (KPJU) Sumatera Barat Tahun 2011*. Laporan Penelitian. Kerjasama Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2015). *Profil bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)*. Laporan Penelitian. Kerjasama Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia.

- Bamford, C. E., & Bruton, G. D. (2011). *Entrepreneurship a small business approach*. McGraw-Hill.
- Brouthers, K. D., Nakos, G., & Dimitratos, P. (2015). *SME entrepreneurial orientation, international performance, and the moderating role of strategic alliances*. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation sales growth rate relationship. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 57-81.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
- Cooper, P. S. & Schindler, P. S. (2011). *Business research methods*. 11th Edition. McGraw-hill.
- Dai, L., Maksimov, V., Gilbert, B. A., & Fernhaber, S. A. (2014). Entrepreneurial orientation and international scope: The differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 511- 524.
- Dess, G.G. & Lumpkin, G.T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in Stimulating effective corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19(1), 147-156.
- Dimitratos, P., Lioukas, S., & Carter, S. (2004). Relationship between entrepreneurship and international performance: The importance of domestic environment. *International Business Review*, 13, 19-41.
- D'Amoise, G & Muldowney, M. (1988). Management theory for small business: attempts and requirements. *Academy of Management Review*, 13(2), 226- 240.
- Engelen, A., Neumann, C., & Schmidt, S. (2016). Should entrepreneurially oriented firms have narcissistic CEOs? *Journal of Management*, 42(3), 698-721
- Flatten, T. C., Engelen, A., Möller, T., & Brettel, M. (2015). How entrepreneurial firms profit from pricing capabilities: an examination of technology-based ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1111-1136.
- Forbes D.P. (2005). Managerial determinants of decision speed in new ventures. *Strategic Management Journal*, 26(9), 355-366.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (Vol. 7). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Jenatabadi, H. S. (2014). Situation of Innovation in the Linkage between Culture and Performance: A Mediation Analysis of Asian Food Production Industry. *Contemporary Engineering Sciences*, 7(7), 323-331.
- Kreiser, P.M., Marino, L.D., & Weaver, K.M. (2002). *Assessing the relationship between entrepreneurial orientation, the external environment, and firm performance scale: A multi-country analysis*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (199–208). Wellesley, MA: Babson College.
- Kumar, V., Jones, E., Venkatesan, R., & Leone, R. P. (2011). Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or simply the cost of competing? *Journal of marketing*, 75(1), 16-30.
- Kraiczy, N. D., Hack, A., & Kellermanns, F. W. (2015). What Makes a Family Firm Innovative? CEO Risk-Taking Propensity and the Organizational Context of Family Firms. *Journal of Product Innovation Management*, 32(3), 334-348.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77-93.
- Li, Y., Zhao, Y., Tan, J., & Liu, Y. (2008). Moderating effects of entrepreneurial orientation on market orientation-performance linkage: Evidence from Chinese Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 46(1), 113- 133.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 97(1), 135-72.

- McGrath, R.G., & MacMillan, I. (2000). *The intrepreneurial mindset*. Harvard Business School Press: Boston.MA.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Morris, M.H. & Paul, G.W. (1987). The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 247–259.
- Naman J.L. & Slevin, D.P. (1993). Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests. *Strategic Management Journal*, 14, 137–153.
- Peterson, R.A., Albaum, G., & Kazmetsky (1986). The public's definition of small business. *Journal of Small Business Management*, 24(3).
- Podsakoff, P. M., & Organ, D. W. (1986). Self-reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of Management*, 12(4), 531-544.
- Rauch A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, (5), 761-786.
- Scott, A. J. (2006). The changing global geography of low-technology, labor-intensive industry: clothing, footwear, and furniture. *World Development*, 34(9), 1517-1536.
- Susanto, P. (2010). *Pengaruh orientasi pasar pada kinerja perusaha kecil dimediasi oleh orientasi kepengusahaan*. Thesis UGM.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (2000). The positive effect of a market orientation on business profitability: A balanced replication. *Journal of Business Research*, 48(1), 69-73.
- Stvenson, H.H., & Jarillo, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*. (Special issue) 11, 17-27.
- Tang, J., Tang, Z., Marino, L.D., Zang, Y., & Li, Q. (2008). Exploring an Inverted U-Shape relationship between entrepreneurial orientation and performance in Chinese Ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, (1), 219-239.
- Thanos, I. C., Dimitratos, P., & Sapouna, P. (2016). The implications of international entrepreneurial orientation, politicization, and hostility upon SME international performance. *International Small Business Journal*, 1-20
- Terziovski, M. (2010). Innovation practice and its performance implications in small and medium enterprises (SMEs) in the manufacturing sector: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, 31(8), 892-902.
- Wiklund, J. & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24, 1307-1314.
- Zhu, Z., & Matsuno, K. (2016). Entrepreneurial proclivity: its environmental conditions and growth consequences. *Journal of Strategic Marketing*, 24(1), 20-33.