PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA BISNIS PADA SENTRA UKM BONEKA PARIS VAN JAVA DI BANDUNG

Effect Of Merchandise And Competence Market Orientation On Business Performance Center In Paris Van Java Sme Doll In Bandung

NINA MARLINA

Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia

ABSTRACT

Nina Marlina, "Effect Of Merchandise And Competence Market Orientation On Business Performance Center In Paris Van Java Sme Doll In Bandung", under the guidance of: Dr. Rahma Wahdiniwaty, Dra., M.Si.

The research was conducted on entrepreneurs or business owners in the Sentra doll Dolls SMEs Paris Van Java in Bandung. Phenomenon that occurs is a reduction in income or profits of the entrepreneurs of SMEs Sentra doll in Dolls Paris Van Java in Bandung, causing a decline in the number of entrepreneurs. The purpose of this study is to determine how much influence entrepreneurial competencies and market Orientai on business performance in SMEs Sentra Dolls Paris Van Java in Bandung.

The method used in this study is a qualitative and quantitative methods. The unit of analysis in this study is the consumer who totaled 264 in the period 2008-2012 with a sample of 73 respondents. The test statistic used is the calculation of correlation person, validity, reliability testing, test hypotheses, MSI, classic assumption test, and also uses statistical calculations with the help of the program SPSS 18.0 for windows.

The results showed that the performance of the business of SMEs Sentra Dolls dolls in Paris Van Java in Bandung as a whole, including the criteria that are still low, but the indicators Financial Competence and Human relations competence is high enough. Effect of entrepreneurial competencies to market orientation and a significant positive impact that 53.3%, as well as the influence of entrepreneurial competencies on business performance and a significant positive impact is 22.8%, and the effect of market

orientation on business performance and a significant positive impact is by contributing 35 , 4%, then the impact of simultaneous positive and significant impact, namely 53.3%. This means that entrepreneurial competencies and market orientation are able to improve the business performance of SMEs entrepreneurs Sentra doll shoes in Paris Van Java in Bandung is quite high.

Keywords : entrepreneurial competencies, market orientation, business performance.

I. Pendahuluan

I.I Latar Belakang Penelitian

UKM perindustrian khusunya Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung, yang beralamatkan di Jalan Soekarno Hatta baypass. UKM ini memproduksi beraneka ragam boneka secara tradisional dengan menggunakan tenaga kerja manusia dalam proses produksinya. Penghasilan produk dan pangsa pasar di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung sulit bersaing dalam kondisi pasar saat ini, kemampuan bersaing mereka tentunya akan baik jika mengikuti perkembangan pasar dan mampu membuat produk sesuai kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu UKM Boneka Paris Van Java di Bandung harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan, tentunya harus didukung oleh kompetensi kewirausahaan yang dimiliki dengan baik.

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung."**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan indentifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka penulis ingin menguraikan mengenai hal sebagai berikut:

1. Bagaimana kompetensi wirausaha pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
2. Bagaimana orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
3. Bagaimana kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

4. Seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung baik secara simultan maupun parsial.

I.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah Semakin meningkatnya perkembangan usaha kecil menengah (UKM) mengakibatkan munculnya persaingan dengan usaha kecil menengah (UKM) lainnya. Kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha dan ditunjang orientasi pasar perusahaan yang diterapkan dalam usaha tersebut harus mampu mendorong para pengusaha untuk menentukan sikap terhadap perubahan yang terjadi dalam bisnis. Oleh karena itu penelitian ini dimaksudkan untuk mencari tingkat pengaruh kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada maksud penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kompetensi wirausaha pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
2. Untuk mengetahui orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
3. Untuk mengetahui kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung baik secara simultan maupun parsial.

I.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna, tidak hanya bagi aspek teoritis tetapi aspek praktis.

Kegunaan Akademis

Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak yang terkait. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan Manajemen Bisnis
    - Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen

bisnis, terutama mengenai kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.

- Membandingkan antara ilmu pengetahuan dan teori-teori bisnis yang telah dipelajari dengan kenyataan empiris yang terjadi dalam dunia usaha.

2. Bagi peneliti lain
   Hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat menjadi tambahan informasi gambaran bagi penulis lain yang berkaitan dengan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis..
3. Bagi pembaca
   hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi pihak lain untuk melakukan penelitian ataupun menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan penelitian ini.

Kegunaan Praktik

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan

manfaat bagi pihak-pihak yang terkait:

1. Bagi Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran kepada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung dalam menggunakan strategi kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.
2. Bagi Pegawai
   Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran tentang pentingnya peranan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.
3. Memberikan informasi mengenai perkembangan dan pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis.
   Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran tentang pentingnya peranan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.

II. Kajian Pustaka

2.1 Kerangka Pemikiran

Kompetensi Wirausaha

Pengertian Kompetensi Wirausaha

Menurut UU No. 13/2003 tentang ketenagakerjaan pasal 1 (10) : “Kompetensi wirausaha adalah kemampuan kerja setiap

individu yangmencangkup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuaidengan standar yang ditetapkan".

Mangkunegara (2005:113) menyatakan bahwa : "Kompetensi wirausaha merupakan faktor mendasar yang dimiliki seseorang yang mempunyai kemampuan lebih, yang membuatnya berbeda dengan seorang yang mempunyai kemampuan rata-rata".

Ruang Lingkup Kompetensi Wirausaha

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto, (2009:8) bahwa seorang wirausaha adalah seorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan *(ability)* yang bersifat kreatif dan inovatif, mampu menciptakan sesuatu yang berbeda *(ability to create the new and different),* mampu memulai usaha *(start up),* mampu membuat sesuatu yang baru *(creative),* mampu mencari peluang *(opportunity),* berani menanggung risiko *(risk bearing),* dan mampu mengembangkan ide dan meramu sumber daya.

Elemen - elemen Kompetensi Wirausaha

Menurut Suryana (2006:91), berpendapat bahwa untuk mengukur kompetensi kewirausahaan terdapat 4 (Empat) kemampuan utama yang diperlukan yang seimbang agar tercapai keberhasilan usaha, diantaranya:

1. *Technical competence,* yaitu memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih.
2. *Marketing competence,* yaitu memiliki kompetensi dalam menemukan pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan.
3. *Financial competence,* yaitu memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, pembelian, penjualan, pembukuan dan perhitungan laba rugi.
4. *Human relation competence,* yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar perusahaan serta harus mengetahui hubungan inter-personal secara sehat.

Orientasi Pasar

Pengertian Orientasi Pasar

Beberapa tahun terakhir orientasi pasar mengalami peningkatan dan dipandang sebagai elemen kunci untuk mencapai

kinerja perusahaan. Orientasi pasar sangat penting dalam manajemen pemasaran modern. Perusahaan yang berorientasi pasar di nilai memiliki pengetahuan tentang pasar yang lebih tinggi serta memiliki kemampuan berhubungan dengan pelanggan lebih baik, kemampuan ini dipandang mampu menjamin perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang kurang berorientasi pasar.

Ruang Lingkup Orientasi Pasar

Orientasi Pasar dan Kinerja Perusahaan

Konsep teoritis orientasi pasar seperti pada gambar 2.1 memperlihatkan model determinan orientasi pasar terhadap sukses bisnis, seperti peningkatan pertumbuhan penjualan, kinerja *finansial,* dan *profitabilitas* (Pelham dan Wilson, 1996; Slater dan Narver, 1994; Jaworski dan Kohli, 1993 dalam Ali Hasan 2008:13).

Kinerja Bisnis

Pengertian Kinerja Bisnis

Moh. Pandu Tika (2005:121) mendefinisikan kinerja suatu bisnis sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu.

Ruang Lingkup Kinerja Bisnis

Ada beberapa fungsi pekerjaan/kegiatan yang terkait dengan kinerja bisnis menurut Moh. Pandu Tika (2005:122) yaitu strategi perusahaan, pemasaran, operasional, sumber daya manusia dan keuangan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Salah satu faktor dalam keberhasilan suatu organisasi adalah sumber daya manusia yang handal dalam menjalankan tugas dan wewenangnya. Namun disisi lain harus memperhatikan berbagai sudut padang mengenai sumber daya manusia ini. Sangat sulit untuk mengatasi atau menghadapai manusia sebagai penggerak dalam menjalankan tujuan suatu bisnis. Maka disini perlu adanya pengintegrasian yang cukup baik dari elemen yang terkait didalamnya.

Keterkaitan Kompetensi Kewirausahaan dengan Kinerja Bisnis

Suryana (2006:5), mengemukakan bahwa kompetensi kewirausahaan diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan

kemampuan individu *(personality)* yang langsung berpengaruh pada kinerja bisnis. Dimana kinerja bagi wirausaha merupakan tujuan yang selalu ingin dicapainya.

Keterkaitan Orientasi Pasar dengan Kinerja Bisnis

Menurut Ali Hasan (2008:13), mengemukakan bahwa suatu perusahaan dapat dijadikan salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan perusahaan, karena secara teoritik jika semua perusahaan berorientasi pasar maka kinerja bisnisnya akan meningkat, maka perusahaan akan menguntungkan, mensejahterakan perusahaan, dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Keterkaitan Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar dengan Kinerja Bisnis

Menurut Ali Hasan (2008:108), mengungkapkan bahwa kompetensi dan orientasi pasar sama pentingnya dalam menciptakan *competitive advantage* sehingga menghasilkan kinerja bisnis yang baik.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2010:84), menyatakan bahwa hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitian.

Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengambil hipotesis sementara dalam memecahkan masalah tersebut, bahwa variabel kompetensi wirausaha terhadap kinerja bisnis dan variabel orientasi pasar terhadap kinerja bisnis., maka penulis menerapkan hipotesis sebagai berikut :

- Hipotesis utama
  Terdapat pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
- Sub hipotesis
  H1 : Terdapat pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja bisnis

pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

H2 : Terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

III Objek dan Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan.

Menurut Husein Umar (2005:303) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut: "Objek Penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu."

Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung".** dengan uraian variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen (variabel bebas/variabel X), merupakan variabel yang mempengaruhi atau mengakibatkan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen penelitian ini adalah Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis.
2. Variabel Dependen (Variabel terikat/variabel Y), merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah Boneka Paris Van Java Bandung.

Penelitian dilakukan di Sentra UKM Industri Boneka Paris Van Java dengan memilih responden penelitian adalah para manajer / pemilik usaha Boneka yang ada di Sentra UKM Industri Boneka Paris Van Java di Jalan Soekarnohatta baypass Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara penulis dalam menganalisis data. Pengertian dari metode penelitian adalah sebagai berikut:

Metode penelitan menurut Sugiyono (2010:4) adalah sebagai berikut: Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara

ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2012:2) adalah "cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:288), pengertian desain penelitian yaitu: "Rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti alam pemilihan, pengumpulan dan analisis data". Berdasarkan hal tersebut maka desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan yaitu difokuskan pada kompetensi wirausaha dan orientasi pasar. Dengan itu ditarik judul: **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung".**

2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini identifikasi masalahnya merupakan dampak dari kurang responnya para pengusaha yang berada di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung terhadap program pemerintah seperti pelatihan dan seminar mengakibatkan kurangnya kompetensi kewirausahaan dan kemampuan dalam berorientasi pasar sehingga terjadi penurunan pendapatan dan jumlah pengrajin/produsen di Sentra UKM boneka paris van java di Bandung dan berdampak pada kinerja UKM secara keseluruhan.
3. Menetapkan rumusan masalah. Merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya dengan pengumpulan data. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar Pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung baik secara simultan maupun parsial.
4. Menetapkan tujuan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui dan menganalisis kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Penulis menetapkan hipotesis dalam penelitian ini ialah: Kompetensi wirausaha dalam *tehnical competence* cukup baik pada Sentra UKM boneka paris van java. Orientasi pasar dalam hal kemampuan merespon cukup baik pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Kinerja bisnis dalam hal kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan cukup baik pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini konsep kompetensi wirausaha mengacu pada pendapat Suryana (2006:91), konsep orientasi pasar mengacu pendapat Ali Hasan (2008:17) sedangkangkan konsep kinerja bisnis mengacu pada pada pendapat dalam jurnal penelitian Wayan Gede Suparta (2009:77).
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Teknik *nonprobability* sampling yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *sample random sampling.* Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, wawancara, studi literature, dan dokumentasi.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini ialah menggunakan (Regresi Berganda).
9. Melaporkan pelaporan hasil penelitian. Akan disajikan dalam tabel 3.1 dibawah.

Operasionalisasi Variabel

Menurut Jonathan Sarwono (2006:67), mengemukakan bahwa: Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya.

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

Sesuai dengan judul yang diambil penulis yaitu; “Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja

Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung", maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel independent (X1) dalam penelitian ini adalah Kompetensi wirausaha.
2. Variabel independent (X2) dalam penelitian ini adalah Orientasi pasar.
3. Variabel dependent (Y) daam penelitian ini adalah Kinerja bisnis.

Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder.

1. Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari objek yang dilakukan pada para manajer / pemilik perusahaan di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder.

"Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data". (Sugiyono 2009:137).

2. Data Sekunder

Data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu. "Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data". (Sugiyono 2009:137).

Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui:

1. Populasi

Pengertian populasi menurut pendapat Sugiyono (2012:80) adalah: "Wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Maka dengan jumlah ukuran populasi Sentra UKM Industri Boneka Paris Van Java di Bandung adalah 264 orang (sumber wawancara pada tanggal 28 Januari 2013 dengan Koordinator UPT Perindustrian Kota Bandung, Irfan).

2. Sampel

Menurut Sugiono (2012:81) sampel adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil

tetapi terletak pada sifat atau karekteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak.
Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$= \frac{264}{1+ (264x0,1^2)} = 72,52$$

$$n = 72,52 \approx 73$$

Keterangan :
n = Jumlah Sampel Minimal
N = Jumlah populasi
e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditelorir (tingkat
kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10 %)

Dari hasil perhitungan diatas dengan tingkat kesalahan 10%. Namun demikian, agar ukuran sample yang diperlukan lebih representive maka ukuran sampel minimum 72,52 dalam penelitian ini menjadi 73 pengusaha.

Teknik Pengumpulan Data (Observasi, Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi)

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Studi Lapangan / *Field Reseach,* yaitu suatu studi pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh informasi data dari objek lapangan. Antara lain:
    a. *Observasi* (pengamatan langsung), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan atau organisasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.
    b. Kuesioner, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden terutama yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.
    c. Wawancara, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulan data melalui tanya jawab secar langsung dengan semua pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan.
    d. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data sekunder (yang dilakukan dengan mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian). Penelitian dilakukan dengan mencari dan mengumpulan data yang diperlukan dari berbagai buku, jurnal, catatan-catatan, gambar-gambar dan literatur yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini. Adapun tujuan dari metodologi ini adalah untuk deskripsi, gambaran secara sistematis akurat, faktual mengenai hal-hal yang diteliti.

2. Studi kepustakaan *(Library Reseach)*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan-bahan yang terdapat dalam buku, majalah, internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara dan kuesioner sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrumen penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:173) tentang validitas adalah :

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Digunakan untuk menguji adalah rumus korelasi produk momen yang dikemukakan oleh pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N\sum X^2) - (\sum X^2)\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Sumber : Arikunto (2010:213)

Keterangan:

r = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

∑X = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

∑Y = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = banyaknya responden

Sedangkan untuk mengetahui keberartian r (koefisien korelasi person) dilakukan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \mathrm{r}\,\frac{\sqrt{(\mathrm{n}-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n-2$$

Sumber :Sugiyono (2012: 184)

Dimana:

n = urutan sampel

r = koefisien korelasi person

Dengan taraf signifikan 5%, maka:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk= n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item instrumen dikatan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{tabel.}$ maka item dapat digunakan.
3. Item instrumen dikatan valid jika t_{hitung} kurang dari $t_{tabel.}$ Maka item dapat tidak dapat digunakan.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Apabila koefisien korelasi butir pernyataan dengan skor total item lainnya ≥ 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan korelasi *product moment* (indeks validitas) diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikuntoro (2012:221) reliabiltas adalah: sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data kerena instrumen tersebut sudah baik.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:223)

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kompetensi Kewirausahaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	9

terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner kompetensi kewirausahaan sebesar 0,873 (*Cronbach's-Alpha*) dan lebih besar dari nilai kritis 0.70. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kompetensi kewirausahaan sudah memberikan hasil yang konsisten.

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Orientasi Pasar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	11

terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner orientasi pasar sebesar 0,872 (*Cronbach's-Alpha*) dan lebih besar dari nilai kritis 0.70. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel orientasi pasar sudah memberikan hasil yang konsisten.

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kinerja Bisnis

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	3

terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner kinerja bisnis sebesar 0,807 (*Cronbach's-Alpha*) dan lebih besar dari nilai kritis 0.70. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir

pernyataan yang digunakan sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kinerja bisnis sudah memberikan hasil yang konsisten.

Rancangan Analisis

Analisis Kualitatif (Deskriptif)

Analisis ini menggambarkan skor aktual yaitu jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana :
Rs = Rentang skor
n = Jumlah responden
m = Jumlah alternative jawaban tiap item

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal, skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, 5), sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikali dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

Analisis Kuantitatif (Verifikatif)

Menurut Sugiyono (2012:8) analisis kuantitatif adalah metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

MSI (*Method of Successive Interval)*

Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval "***Method of Successive Interval"*** Hays dalam Riduwan & Kuncoro (2007:30).

Pengujian Asumsi Klasik

Penggunaan model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik. Dalam penelitian ini asumsi klasik

yang dianggap penting adalah tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, tidak terjadi heteroskedastisitas atau varian variabel pengganggu yang konstan (homoskedastisitas) dan tidak terjadi autokorelasi antar residual setiap variabel independen. Pengujian asumsi klasik yang digunakan meliputi :

a) Uji Asumsi Normalitas
b) Uji Asumsi Multikolinearitas
c) Uji Heteroskedastisitas

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar untuk mencapai kinerja bisnis. Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b1X1+b2X2+\ldots+bnXn$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

α = konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y

pada saat variabel bebasnya adalah 0 (X1, X2 = 0)

b1= koefisien regresi berganda antara variabel bebas X1 terhadap

variabel terikat Y, apabila variabel bebas X2 diangap konstan.

b2 = koefisien regresi berganda antara variabel bebas X2 terhadap

variabel terikat Y, apabila variabel bebas X1 diangap konstan.

X = variabel independen, yang terdiri dari kompetensi wirausaha (X1),

dan orientasi pasar (X2).

Analisa Korelasi *(Pearson)*

Menurut Sugiyono (2009:183), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\left\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\right\}}\sqrt{\left\{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\right\}}}$$

Variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product moment Method* atau dikenal dengan rumus *pearson* (Sugiyono, 2009:183)

Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik penghitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

1. Pengujian Secara Simultan/Bersama-Sama.

Melakukan pengujian simultan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji f yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{Regresi} / k}{JK_{(residu)}/\{n-(k=1)\}}$$

Dimana :
JK Regresi = Koefisien korelasi berganda
K = Jumlah variabel bebas
N = jumlah anggota sampel

b. Hipotesis Utama

Untuk menguji apakah variabel kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

H_0 ; $\rho = 0$, secara simultan kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar
tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM boneka paris van java di Bandung

H_1 ; $\rho \neq 0$, secara simultan kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar
berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM boneka paris van java di Bandung.

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variabel independen tidak sama dengan nol, maka Ho ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol, maka Ho diterima.

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{kritis}$ ($\alpha = 0,05$)

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji parsial, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t

Rumus uji t yang telah digunakan adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

sumber: sudjana, (1996: 377)

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikan 5%.

b. Hipotesis

H_{01} ; $\rho_1 = 0$, kompetensi wirausaha tidak berpengaruh terhadap orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

H_{11} ; $\rho_1 \neq 0$, kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung..

H_{02} ; $\rho_2 = 0$, orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

H_{12} ; $\rho_2 \neq 0$, orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{abel}$ ($\alpha = 0{,}05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesisnya yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{abel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{abel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

IV. Hasil Penelitian

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dapat diketahui bahwa mayoritas yang menjadi responden adalah berjenis kelamin pria, yaitu sebanyak 54.80% dari total responden. Sementara responden yang berjenis kelamin wanita hanya ada sebanyak 45.20%. Hal ini menunjukkan pria lebih dominan dalam berwirausaha dibidang perindustrian boneka di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Untuk usia responden yang berusia antara 21-30 tahun sebanyak 50.70%, usia antara 31-40 tahun sebanyak 27.40%, usia 41-50 tahun sebanyak 16.43%, dan usia < 50 tahun sebanyak 5.47%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia dari 21-30 tahun. Hal ini dikarenakan usia paling produktif dalam menjalankan suatu usaha dan mempunyai motivasi serta tanggung jawab yang lebih tinggi dalam menjalankan usaha, sehingga mendukung perilaku seseorang tersebut untuk bekerja giat dan antusias untuk mencapai hasil yang maksimal.

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Berdasarkan perkawinan dapat dilihat mayoritas para pemilik usaha boneka yang berada diSentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung sudah menikah, yaitu sebanyak 68.50% dari total responden. Sementara responden yang masih berstatus lajang hanya ada 31.50% responden. Hal ini menunjukkan bahwa status menikah kebutuhan hidup akan semakin banyak, sehingga para pengusaha serius dalam menjalankan usaha boneka untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan paling banyak para pemilik usaha boneka yang berada di daerah Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung yang menjadi responden adalah berpendidikan SMA, yaitu sebanyak 54.80% dari total responden. Disusul kemudian responden yang berpendidikan D3 ada sebanyak 20.55% dari total responden. Sedangkan responden yang berpendidikan S1 sebanyak 17.81% dari total responden. SMP sebanyak 5.48% dari total responden. Dan S2 sebanyak 1.36% dari total responden dalam penelitian ini. Usaha boneka di Sentra UKM Boneka Paris

Van Java di Bandung dilakukan secara turun temurun, sehingga tidak dituntut untuk memiliki pendidikan yang lebih tinggi. Pentingnya pendidikan dikemukakan oleh Holt (dalam Rahmawati, 2000:52) yang mengatakan bahwa paket pendidikan kewirausahaan akan membentuk individu untuk mengejar karir kewirausahaan.

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Gambaran data hasil tanggapan responden dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana kondisi setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap tanggapan responden berdasarkan persentase skor tanggapan responden.

Kompetensi Wirausaha Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java Di Bandung

Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Kompetensi Wirausaha

Maka diperoleh tanggapan para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang kompetensi wirausaha diperoleh skor sebanyak 51,72% berada diantara interval 36,01% - 52,00%. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki kompetensi wirausaha yang rendah. Kondisi ini didasarkan pada *technical competence, marketing competence* di Sentra UKM Boneka Paris Van Java yang masih rendah. Serta pada *financial competence* dan *human relation competence* di Sentra UKM Boneka Paris Van Java cukup tinggi.

1) Technical Competence

Maka diperoleh tanggapan para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang kompetensi teknis diperoleh skor sebanyak 50,96% berada diantara interval 36,01% - 52,00% dalam kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki kompetensi teknis masih rendah, yang didasarkan pada jawaban responden yang

> menyatakan tidak setuju perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan mengenai tehnik produksi usaha yang dijalankan pada saat ini, dengan total skor 49,04% artinya sebagian besar para pengusaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung belum memiliki kompetensi/ kemampuan mengenai tehnik produksi usaha yang dijalankan pada saat ini

dan para responden menyatakan cukup setuju perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan dalam merancang desain produk sesuai dengan keinginan konsumen dengan total skor 52,88% .

2) Marketing Competence

Kompetensi pemasaran para pengusaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung diukur menggunakan 3 butir pernyataan. Berikut rekapitulasi distribusi skor tanggapan responden terhadap ketiga butir pernyataan tersebut. diperoleh tanggapan para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang kompetensi pemasaran diperoleh skor sebanyak 51,51% berada diantara interval 36,01% - 52,00% dalam kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki kompetensi pemasaran masih rendah, yang didasarkan pada jawaban responden yang menyatakan tidak setuju perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan dalam menemukan pasar yang cocok sesuai produk yang ditawarkan, dengan total skor 51,23% artinya sebagian besar para pengusaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung belum memiliki kompetensi/ kemampuan dalam menentukkan pasar yang cocok untuk produk yang ditawarkan, pada perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan dalam megetahui keinginan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan para responden menyatakan tidak setuju dengan total skor 50,41%, mengenai kelangsungan perusahaan yang dijalankan saat ini dan para responden menyatakan cukup setuju perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga mampu bertahan sampai saat ini dengan total skor 52,88.

3) Financial Competence

Kompetensi keuangan para pengusaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung diukur menggunakan 3 butir pernyataan. Berikut rekapitulasi distribusi skor tanggapan responden terhadap ketiga butir pernyataan tersebut.

Para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang kompetensi keuangan diperoleh skor sebanyak 52,15% berada diantara interval 52,01% - 68,00% dalam kategori cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki kompetensi keuangan cukup tinggi, yang didasarkan pada jawaban responden yang menyatakan tidak setuju perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan dalam

pencatatan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, dengan total skor 48,49% artinya sebagian besar para pengusaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung belum mampu melakukan pencatatan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan., pada perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan dalam pencatatan penjualan produk hasil produksi perusahaan para responden menyatakan cukup setuju dengan total skor 55,07%, mengenai kemampuan dalam pencatatan laba/rugi yang dijalankan saat ini dan para responden menyatakan cukup setuju perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan dalam pencatatan laba/rugi perusahaan saat ini dengan total skor 52,15%.

4) Human Relation Competence

Maka diperoleh tanggapan para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang kompetensi menjalin kerjasama dengan pihak lain diperoleh skor sebanyak 52,60% berada diantara interval 52,01% - 68,00% dalam kategori cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki kompetensi menjalin kerjasama dengan pihak lain cukup tinggi, yang didasarkan pada jawaban responden yang menyatakan cukup setuju perusahaan sudah memiliki kompetensi/kemampuan berelasi/menjalin kerjasama dengan pihak lain, dengan total skor 50,60%.

Orientasi Pasar Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java Di Bandung

Orientasi pasar sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung akan terungkap melalui jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan pada kuesioner. Orientasi pasar diukur menggunakan 3 (tiga) indikator dan dioperasionalisasikan menjadi 11 butir pernyataan. Untuk mengetahui gambaran empirik secara menyeluruh tentang orientasi pasar sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung maka dilakukan perhitungan persentase skor jawaban responden untuk setiap butir pernyataan. Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil persentase skor jawaban responden seperti tampak dalam tabel berikut ini.

Tanggapan para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang orientasi pasar diperoleh skor sebanyak 50,81% berada diantara interval 36,01% - 52,00%. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki orientasi yang masih sempit. Kondisi ini didasarkan pada intelejensi

pasar/informasi pasar, kemampuan merespon di Sentra UKM Boneka Paris Van Java yang masih sempit. Serta pada perindustrian/penyebaran informasi di Sentra UKM Boneka Paris Van Java yang cukup luas.

1) Informasi Pemasaran

Informasi pemasaran sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung diukur menggunakan 3 butir pernyataan. Berikut rekapitulasi skor tanggapan responden terhadap ketiga butir pernyataan tersebut. Maka diperoleh tanggapan para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang informasi pemasaran diperoleh skor sebanyak 50,96% berada diantara interval 36,01% - 52,00% dalam kategori masih sempit. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki informasi pemasaran masih sempit, yang didasarkan pada jawaban responden yang menyatakan cukup setuju, perusahaan sudah memiliki kemampuan mencari informasi apa yang menjadi keinginan konsumen, dengan total skor 54,52 artinya sebagian besar para pengusaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung cukup mampu mencari informasi tentang apa yang menjadi keinginan konumen, pada perusahaan sudah memiliki informasi pasar yang luas terhadap penjualan produk boneka para responden menyatakan cukup setuju dengan total skor 49,86%, mengenai kemampuan dalam dalam mebuat perubahan yang cepat sesuai keinginan pelanggan, para responden menyatakan tidak setuju perusahaan memiliki kemampuan membuat perubahan yang cepat sesuai keinginan pelanggan dengan total skor 48,49%.

2) Penyebaran informasi

Maka diperoleh tanggapan para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang penyebaran informasi diperoleh skor sebanyak 54,25% berada diantara interval 52,01% - 68,00% dalam kategori cukup luas. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki penyebaran informasi cukup luas, yang didasarkan pada jawaban responden yang menyatakan tidak setuju, perusahaan sudah mempergunakan sistem informasi yang sudah layak, dengan total skor 49,32% artinya sebagian besar para pengusaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung masih belum mempergunakan sistem informasi yang layak, perusahaan selalu melakukan pertukaran informasi dengan pihak-pihak terkait mengenai pelanggan, pada pertukaran informasi dengan pihak-pihak terkait mengenai pelanggan para responden menyatakan

cukup setuju dengan total skor 58,08%, mengenai kemampuan dalam dalam merespon pertukaran informasi, para responden menyatakan cukup setuju perusahaan memiliki kecermatan dalam memperhatikan pesaing dan selalu bertindak lebih cepat dari pada pesaing dengan total skor 55,34%.

Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java Di Bandung

Tanggapan para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang kinerja bisnis diperoleh skor sebanyak 49,41% berada diantara interval 36,01% - 52,00%. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki kinerja bisnis yang masih rendah. Kondisi ini didasarkan pada perubahan volume penjualan, pangsa pasar dan keuntungan di Sentra UKM Boneka Paris Van Java yang masih rendah.

Perubahan volume penjualan

Para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang perubahan volume penjualan diperoleh skor sebanyak 48,49% berada diantara interval 36,01% - 52,00% dalam kategori masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki volume penjualan masih rendah, yang didasarkan pada jawaban responden yang menyatakan tidak setuju perkiraan volume penjualan produk boneka terus meningkat, dengan total skor 48,49%.

1) Pangsa Pasar

Para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang pangsa pasar diperoleh skor sebanyak 49,32% berada diantara interval 36,01% - 52,00% dalam kategori masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki pangsa pasar masih rendah, yang didasarkan pada jawaban responden yang menyatakan tidak setuju perusahaan memiliki pangsa pasar yang luas, dengan total skor 49,32%.

2) Keuntungan

Para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java tentang keuntungan diperoleh skor sebanyak 50,41% berada diantara interval 36,01% - 52,00% dalam kategori masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java memiliki keuntungan masih rendah, yang didasarkan pada jawaban responden yang menyatakan tidak setuju perusahaan memiliki keuntungan yang terus meningkat, dengan total skor 50,41%.

Analisis Verifikatif

Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java Di Bandung

Pada sub bab ini hipotesis penelitian yang sebelumnya diajukan akan diuji dan dibuktikan kebenarannya melalui uji statistik. Hipotesis penelitian seperti yang telah dituangkan di dalam bab II adalah adanya pengaruh dari variabel kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Namun karena data hasil tanggapan responden masih berbentuk ordinal, maka sebelum diolah menggunakan analisis regresi terlebih dahulu data ordinal tersebut dikonversi menjadi data interval melalui *methods of succesuve interval*.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum hasil analisis regresi diuji dan dianalisa lebih lanjut, ada beberapa asumsi yang harus diuji guna mengetahui apakah kesimpulan dari regresi tersebut tidak bias, diantaranya adalah uji normlitas, uji multikolinieritas (untuk regresi linear berganda), dan uji heteroskedastisitas. Pada penelitian ketiga asumsi yang disebutkan diatas tersebut harus diuji karena variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini lebih dari satu.

1) Hasil Pengujian Asumsi Normalitas

Normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi, apabila model regresi tidak berdistribusi normal maka kesimpulan dari uji F dan uji t masih meragukan, karena statistik uji F dan uji t pada analisis regresi diturunkan dari distribusi normal. Pada penelitian ini digunakan uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov untuk menguji normalitas model regresi dan berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

2) Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil olahan seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.20 diatas memberikan suatu indikasi bahwa residual (error) yang muncul dari persamaan regresi mempunyai varians yang sama (tidak terjadi heteroskedastisitas), hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi dari koefisien korelasi masing-masing variabel independen dengan nilai absolut error (0,571 dan 0,067) masih lebih besar dari 0,05.

3) Pengujian Asumsi Multikolinieritas

Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel 4.21 diatas menunjukkan tidak ada korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel independen. Hal ini terlihat dari nilai VIF dari kedua variabel independen masih lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas diantara kedua variabel independen.

Estimasi Persamaan Regresi

Pada bagian ini akan diestimasi persamaan regresi pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis menggunakan regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam analisis regresi berdasarkan data hasil konversi skor hasil tanggapan 73 responden.

Melalui hasil pengolahan data seperti diuraikan pada tabel 4.22 maka dapat dibentuk model prediksi variabel kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap total kinerja bisnis sebagai berikut :

$$\hat{Y} = -0{,}218 + 0{,}457\,X_1 + 0{,}686\,X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat dilihat koefisien regresi dari kedua variabel independen bernilai positif. Koefisien kompetensi wirausaha bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi wirausaha akan meningkatkan kinerja bisnis. Kemudian koefisien orientasi pasar juga positif menunjukkan bahwa semakin jelas orientasi pasar akan meningkatkan kinerja bisnis.

Analisis Korelasi, Determinasi dan Uji Hipotesis

Korelasi Kompetensi Wirausahaan dan Oreintasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java

Nilai R (0,730) dengan arah positif pada tabel 4.32 menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (kompetensi wirausaha dan orientasi pasar) secara simultan dengan kinerja bisnis. Jadi pada permasalahan yang sedang diteliti diketahui bahwa secara simultan kedua variabel bebas (kompetensi wirausaha dan orientasi pasar) memiliki hubungan yang kuat/searah dengan kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Variabel ini berinterpretasi besarnya koefisien korelasi antara 0,700 sampai dengan 1,00 (sangat tinggi). Artinya,

apabila koefisien korelasi lebih dari 0,700 maka secara keseluruhan pertanyaan dinyatakan andal (reliabel).

Jadi, kompetensi wirausaha memberikan pengaruh sebesar 22,8% terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Sisanya pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diteliti adalah sebesar 77,2%, yaitu merupakan pengaruh faktor lain diluar kedua variabel independen yang diteliti seperti : inovasi, daya saing, nisnis kapabilitas organisasi, dll.

Dugaan sementara kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja bisnis, karena itu peneliti menetapkan hipotesis penelitian untuk pengujian dua pihak dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

$Ho_1.\beta_{\square} = 0$: Kompetensi wirausaha tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

$Ha_1.\beta_{\square} \neq 0$: Kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

Berdasarkan keluaran software SPSS seperti terlihat diperoleh nilai t_{hitung} variabel kompetensi wirausaha sebesar 4,537 dengan nilai signifikansi < 0,001. Nilai tabel yang digunakan sebagai nilai kritis pada uji parsial (uji t) sebesar 1,994 yang diperoleh dari tabel t pada α = 0.05 dan derajat bebas 70 untuk pengujian dua pihak. Karena nilai t_{hitung} (4,537) lebih besar dari t_{tabel} (1,994) maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak Ho_1 sehingga Ha_1 diterima. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Secara visual daerah penolakan dan penerimaan Ho pada uji pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja bisnis bahwa t_{hitung} sebesar 4,537 berada pada daerah penolakan Ho, yang menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. .

Korelasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java Di Bandung

Hubungan antara orientasi pasar dengan kinerja bisnis ketika kompetensi wirausaha tidak berubah adalah sebesar 0,595 dengan arah positif. Artinya orientasi pasar memiliki hubungan

yang berkorelasi sedang dengan kinerja bisnis ketika kompetensi wirausaha tidak mengalami perubahan.

Dari keluaran software SPSS diperoleh nilai t_{hitung} variabel orientasi pasar sebesar 6,186 dengan nilai signifikasi < 0,001. Nilai tabel yang digunakan sebagai nilai kritis pada uji parsial (uji t) sebesar 1,994 yang diperoleh dari tabel t pada α = 0.05 dan derajat bebas 70 untuk pengujian dua pihak. Karena nilai t_{hitung} (6,186) lebih besar dari t_{tabel} (1,994) maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak Ho_2 sehingga Ha_2 diterima. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Secara visual daerah penolakan dan penerimaan Ho pada uji pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis dapat dilihat pada t_{hitung} sebesar 6,186 berada pada daerah penolakan Ho, yang menunjukkan bahwa orientasi pasar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

V. Kesimpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kompetensi wirausaha yang dimiliki para pengusaha Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung masih rendah. Hal ini terutama disebabkan kurangnya *technical competence, marketing competence* dimiliki para pengusaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung yang masih rendah. Akan tetapi pada *financial competence* dan *human relation competence* di Sentra UKM Boneka Paris Van Java sudah cukup tinggi.

2. Orientasi pasar sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung masih memiliki orientasi pasar yang sempit. Intelejensi pasar/informasi pasar, kemampuan merespon di Sentra UKM Boneka Paris Van Java yang masih sempit. dan pada perindustrian/penyebaran informasi di Sentra UKM Boneka Paris Van Java yang sudah cukup luas.

3. Kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung secara umum masih memiliki kinerja bisnis yang

masih rendah. Volume penjualan, pangsa pasar dan keuntungan di Sentra UKM Boneka Paris Van Java yang masih rendah.

4. *Kompetensi wirausaha dan orientasi pasar secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar (0,730) dengan arah positif, terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung sebesar 53,3% menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang terdiri dari kompetensi wirausaha dan orientasi pasar secara simultan mampu menerangkan perubahan yang terjadi pada kinerja bisnis, dibanding kompetensi wirausaha. kompetensi wirausaha secara parsial hanya memberikan pengaruh sebesar 22,8% terhadap kinerja bisnis, sementara orientasi pasar secara parsial memberikan pengaruh sebesar 35,4% terhadap kinerja bisnis.

   * Kompetensi wirausaha dengan kinerja bisnis ketika orientasi pasar tidak berubah adalah sebesar (0,477) dengan arah positif, terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Artinya kompetensi wirausaha memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kinerja bisnis ketika orientasi pasar tidak mengalami perubahan. Kompetensi wirausaha memberikan pengaruh sebesar 22,8% terhadap kinerja bisnis sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Sisanya pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diteliti adalah sebesar 77,2%, yaitu merupakan pengaruh faktor lain diluar kedua variabel independen yang diteliti seperti : inovasi, daya saing, nisnis kapabilitas organisasi, dll.

   * Orientasi pasar dengan kinerja bisnis ketika kompetensi wirausaha tidak berubah adalah sebesar (0,595) dengan arah positif, Variabel ini berinterpretasi besarnya koefisien korelasi antara 0,700 sampai dengan 1,00 (sangat tinggi). Artinya orientasi pasar memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kinerja bisnis ketika kompetensi wirausaha tidak mengalami perubahan. Orientasi memberikan pengaruh sebesar 35,4%, terhadap kompetensi wirausaha sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Berdasarkan hasil perhitungan besar pengaruh atau kontribusi masing-masing variabel independen terhadap kinerja bisnis dapat diketahui bahwa diantara kedua variabel independen,

orientasi pasar memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja bisnis dibanding kompetensi wirausaha. Sisanya pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diteliti adalah sebesar 64,6%, yaitu merupakan pengaruh faktor lain diluar kedua variabel independen yang diteliti seperti : inovasi, internasl *entrepreneurial skil*l, daya saing UKM, dll.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti ingin memberikan saran yang dapat dijadikan masukan kepada para pengusaha yang berada di daerah Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung yaitu sebagai berikut :

1. Kompetensi wirausaha para pengusaha Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung masih rendah dalam menjalankan usahanya tersebut, sebaiknya para pengusaha boneka yang berada di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung melakukan peningkatan dalam bidang *technical competence* atau kompetensi teknis agar kinerja bisnis semakin tinggi dan bagi para pengusaha boneka di Sentra UKM Boneka Paris Van Java dalam setiap memasarkan produknya diharapkan untuk lebih luas lagi dan diadakannya suatu pelatihan-pelatihan, seminar-seminar serta program pengembangan karyawan karena keduanya memberikan kontribusi terhadap kinerja bisnis,
2. Orientasi pasar para pengusaha boneka Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung masih sempit belum meluas berorientasi dalam pemasarannya. Tapi sebaiknya para pengusaha boneka yang berada di Sentra UKM Boneka Paris Van Java mencari informasi pasar dan melibatkan semua bagian diperusahaan dalam merespon perubahan pasar, dengan membuat struktur organisasi yang jelas dengan pembagian tugas yang tepat sehingga perusahaan mampu merespon keinginan pasar dengan cepat dan tepat sehingga perusahaan mampu berorientasi pasar dengan lebih baik.
3. Kinerja Bisnis pengusaha boneka Sentra UKM Boneka Paris Van Java masih rendah. Maka sebaiknya para pengusaha boneka yang berada di Sentra UKM Boneka Paris Van Java melakukan perbaikan dalam peningkatan volume penjualan sehingga mengalami peningkatan di pangsa pasar dan berpengaruh pada keuntungan

perusahaan dengan membuat produk yang lebih menarik dengan *cost*/biaya lebih rendah dan sesuai dengan selera konsumen sehingga Boneka Paris Van Java disukai oleh pelanggan, sehingga penjualan akan meningkat kinerja bisnis perusahaan akan semakin tinggi.

4. *Kompetensi wirausaha dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, sebaiknya para pengusaha Boneka Paris Van Java melakukan pengembangan karyawan/pegawai melalui pelatihan-pelatihan, karena semakin kompeten kompetensi wirausaha akan membuat kinerja bisnis semakin tinggi.
   *Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, sebaiknya para pemilik usaha melakukan peningkatan pasar, dengan mencari peluang pasar yang lebih banyak dan memasarkan produk boneka sesuai sasaran karena semakin baik orientasi pasar maka kinerja bisnis akan semakin tinggi
   *Secara simultan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar berpengaruh signifikan, sebaiknya para pengusaha melakukan peningkatan dan perbaikan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar yang dimiliki, melalui pelatihan-pelatihan, seminar-seminar serta program pengembangan karyawan karena keduanya memberikan kontribusi terhadap kinerja bisnis.
   Selain itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang belum diteliti.

VI. Daftar Pustaka

Ali Hasan, (2008), *Marketing,* Penerbit MedPress: Yogyakarta.

Basuki Rachmat, (*2007*), Orientasi Pelanggan, Orientasi Pasar dan Inovasi Serta
Pengaruh Terhadap Kinerja Bisnis Hotel Berbintang Tiga di Indonesia , *Jurnal Ekuitas*, Vol *11,* No 3, September 2007 : 365-390.

Damodar N Gujarati, (2003), "*Basic Econometrics*" fourth edition McGraw-Hill,
New York.

Eddy Soeryanto Soegoto, (2009), *Entrepreneurship : Menjadi Pebisnis Ulung.*
Penerbit PT Elex Media Komputindo, Kompas Gramedia : Jakarta.

Eka Handriani, (*2011*), Pengaruh Faktor Internal Eksternal, *Entrepreneurial Skill* ,
Strategi Dan Kinerja Terhadap Daya Saing Ukm Di Kabupaten Semarang,
Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi, Vol *7*, No 1,Mei 2011 ; 47-69.

Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra & Dadi Adriana, (2008), *Pemasaran Strategik,* Andi : Yogyakarta

Geoffrey G. Meredith, (2006), "Kewirausahaan", Penerbit MedPress :Yogyakarta.

I.D.K.R. Ardiana, I.A. Brahmayanti. Suhaedi, (2010), Kompetensi SDM UKM dan Pengaruh Terhadap Kinerja UKM di Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 2.12, No 1, Maret 2010 : 42-55.

Ita Riffani Permatasari, (2008), Kajian Perkembangan Aspek-Aspek Kewirausahaan Bagi UKM, *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol 2, No 1, Desember 2088 ; 118-125.

Jonathan Sarwono, (2006), *Metode Penelitian Kuanitatif & Kualitatif.* Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu : Yogyakarta.

Mangkunegara, (2005), *Evaluasi Kinerja SDM,* Penerbit Reflika Aditama:
Bandung.

Masyhuri, M. Zainuddin, (2008), *Metodologi Penelitian : Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, Bandung: Refika Aditama.

Munawir Yusuf, (2003), Penelitian tentang Skitarisasi Tes Potensi Kewirausahaan
Pemuda Versi Indonesia.

Moh. Pandu Tika, (2005), *Kinerja Perusahaan,* Edisi Pertama, Penerbit Erlangga
: Jakarta.

Narimawati, Umi, (2008), *Metodologi Penelitian*, Bekasi: Genesis.

Nur Indriantoro & Bambang Supomo, (2002), *Metodologi Penelitian Bisnis.*

Edisi Pertama, Penerbit BPFE : Yogyakarta.

Riduwan dan Kuncoro, Engkos Achmad., (2007), *Cara Menggunakan Dan Memaknai Analisis Jalur* (*Path Analysis*), Alfabeta: Bandung.

Singgih Santoso (2002), "*Mengolah Data Statistik Secara Profesional*" PT Elex Media Komputindo: Jakarta.

Sugiono, (2012), *Cara menggunakan dan memakai Analisis Regresi,* Penerbit Alfabeta : Bandung.

Sugiyono, (2010), *Metode Penelitian Bisnis,* Penerbit Alfabeta : Bandung.

Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2010), *Statistika Untuk Penelitian*, Penerbit Alfabeta : Bandung.

Suhartini Karim, (2007), Analisis Pengaruh Kewirausahaan Korporasi Terhadap Kinerj Perusahaan Pada Pabrik Pengelolaan Crumb Bubber di Palembang, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 5, No 9, Juni 2007 ; 42-82.

Suryana, (2006), *Kewirausahaan,* Edisi Tiga, Penerbit Salemba Empat : Jakarta.

Tim Marknesis, (2009), *Pemasaran : Strategi, Taktik & Kasus.* Edisis Pertama. Penerbit Jelajah Nusa : Bogor

Wayan Gede Supartha, (2009), Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Pengusaha Terhadap Budaya Sentra Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro (Umk) di Kota Denpasar, *Jurnal Manajemen*, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan,Vol 3, No 1, Februari 2009 ; 70-87.

Badan Pusat Statistik (2006). Jumlah UKM Indonesia 2006-2012.Tersedia: *http://www.bps.go.id/index.php*

UU 2008 20 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Penjelasan. Tersedia : http://ebookbrowse.com/uu-2008-20-

tentang-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-penjelasan-pdf-d224538816

www.smecda.com/.../UU_2008_20_TENTANG_USAHA_MIKRO_KECIL_DAN_MENENGAH_PENJELASAN.pdf

Strong (dalam Hartini 2002),

http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/32891/3/Chapter%20II.pdf

Manson dan Hogg (dalam Wijaya 2007),

http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/32891/3/Chapter%20II.pdf