JURNAL RISET BISNIS & MANAJEMEN

JURISMA

Volume II
No. 1
ISSN : 2086-0455



ANALISIS MOTIVASI BERHASIL DAN DAYA KREATIVITAS DALAM UPAYA MENCIPTAKAN KETAHAN USAHA HOMEINDUSTRI SIMPING DI PURWAKARTA-JAWA BARAT Eddy Soeryanto Soegoto

ANALISIS KUALITAS SOFTWARE HUMAN RESOURCE INFORMATION SYSTEM (HRIS) DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. EAST WEST SEED INDONESIA FARM LEMBANG Dadang Munandar

PENGARUH MANAJEMEN TALENTA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI LEMBAGA PENJAMINAN MUTU PENDIDIKAN (LPMP) WILAYAH PULAU JAWA Iman Santoso

PENGARUH CITRA INSTITUSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA (Survei pada Mahasiswa Jenjang Program DIII, pada Universitas Swasta di Kota Bandung) Windi Novianti

PENGARUH KUALITAS KEHIDUPAN KERJA DAN SEMANGAT KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. INDONESIA POWER UNIT BISNIS PEMBANGKITAN (UBP) SAGULING Isniar Budiarti dan Dewi Sukma Nurnisa

IDENTIFIKASI POTENSI DAN KENDALA UKM PEDAGANG DI KABUPATEN BEKASI Rizky Zulfikar

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
Jl. Dipatiukur 112-114 Bandung 40132
Tel 022-250305054, Fax. 022-2533754
E-mail : jurisma@unikom.ac.id



Volume II No. 1 ISSN : 2086-0455
April 2010
Diterbitkan oleh
Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia

PELINDUNG
REKTOR UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

PENASEHAT
PEMBANTU REKTOR UNIKOM

PEMBINA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIKOM

KETUA TIM REDAKSI
Linna Ismawati, SE., M.Si.

PENYUNTING AHLI
KETUA
Prof. Dr. Umi Narimawati, Dra., SE., M.Si.

ANGGOTA
Prof. Dr. Hj. Ria Ratna Ariawati, MS.Ak. (Unpad)
Prof. Dr. Sucherly, SE., M.S. (Unpad)
Prof. Dr. Yuyus Suryana, M.S. (Unpad)
Prof. Dr. Ina Primiana, SE., M.S. (Unpad)
Dr. Ir. H. Iman Santoso, SE., MM., MBA. (UNIKOM)
Dr. H. Deden Sutisna M.N, SE., M.Si. (USB)
Dr. Dudi Rudianto, SE., M.Si. (USB)

TIM EDITING :
Elvira Azis, SE., M.T.
Lita Wulantika, SE., M.Si.
Windi Novianti, SE.

TATA USAHA :
Sekertariat Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UNIKOM

JURNAL RISET BISNIS & MANAJEMEN

JURISMA

Jurnal Riset Bisnis & Manajemen (JURISMA) diterbitkan secara berkala (setiap enam bulan sekali) dengan tujuan untuk menyebarluaskan informasi hasil riset bisnis dan manajemen kepada para akademisi, praktisi, mahasiswa, dan lain-lain meliputi bidang : Bisnis, Manajemen

---

Informasi berlangganan dan pengiriman artikel :
Sekretariat
Jurnal Riset Bisnis & Manajemen (JURISMA)
di Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia
Gedung Fakultas Ekonomi, Kampus IV, Lantai 3.
Jl. Dipatiukur No. 112-114 Bandung 40132
Telp. (022) 2504119 , Fax. (022) 2533754
E mail : fe@unikom.ac.id.; jurisma_fe@unikom.ac.id

KEBIJAKAN EDITORIAL

Jurnal Riset Bisnis & Manajemen Indonesia, (JURISMA) diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung secara berkala (setiap enam bulan sekali) dengan tujuan untuk menyebarluaskan informasi hasil riset bisnis dan manajemen kepada para akademisi,praktisi,mahasiswa,dan lain-lain meliputi bidang : bisnis, manajemen.

JURISMA menerima kiriman artikel hasil riset bisnis dan manajemen yang ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris. Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke JURISMA tidak dikirimkan atau telah dipublikasi dalam jurnal yang lain.Untuk artikel hasil riset dengan pendekatan survei atau eksperimental,penulis harus melampirkan instrumen riset (kuesioner,kasus,daftar wawancara, dan lain-lain). Agar hasil riset bisnis dan manajemen yang dimuat dalam JURISMA dapat bermanfaat untuk pengembangan praktik,pendidikan dan riset bisnis dan manajemen,penulis artikel berkewajiban memberikan data riset kepada yang memerlukannya dan memberikan informasi cara memperoleh data tersebut.

Penentuan artikel yang dimuat dalam JURISMA melalui proses *blind review* oleh JURISMA, dengan mempertimbangkan antara lain : terpenuhinya persyaratan baku publikasi jurnal,metodologi riset yang digunakan, dan signifikansi kontribusi hasil riset terhadap pengembangan profesi dan pendidikan akuntansi dan manajemen. Editor bertanggung-jawab untuk memberikan telaah konstruktif, dan jika dipandang perlu, menyampaikan hasil evaluasi kepada penulis artikel. Artikel dikirim ke editor JURISMA dengan alamat :

Ketua Editor

Prof.Dr.Umi Narimawati,Dra.,SE.,MSi.

Gedung Fakultas Ekonomi, Kampus IV, Lantai 3.

Jl. Dipatiukur No. 112-114 Bandung 40132

Telp. (022) 2504119 , Fax. (022) 2533754

E mail : fe@unikom.ac.id.; jurisma_fe@unikom.ac.id

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

Berikut ini adalah pedoman penulisan artikel dalam JURISMA yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi penulis.

1. Sistematika pembahasan dalam artikel setidaknya terdiri atas bagian-bagian sebagai berikut:

   Abstrak bagian ini memuat ringkasan riset, antara lain mengenai : masalah riset,tujuan, metode, temuan, dan kontribusi hasil riset. Abstrak disajikan di awal teks dan terdiri antara 150 s/d 200 kata (sebaiknya disajikan dalam Bahasa Inggris). Abstrak diikuti dengan tiga kata kunci (*keywords*) untuk memudahkan penyusunan indeks artikel.

   I. **Pendahuluan** menguraikan latar belakang penbelitian,rumusan masalah,maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

   II. **Kajian Pustaka,kerangka pemikiran dan hipotesis** memaparkan kajian pustaka berdasarkan telaah literatur yang menjadi landasan logis untuk mengembangkan kerangka pemikiran dan hipotesis atau proposisi riset dan model riset (jika dipandang perlu).

   III. **Objek dan metode penelitian** memuat objek penelitian menguraikan objek yang diteliti sesuai dengan judul riset dan metode penelitian yang berisi desain penelitian, operasionalisasi variabel,teknik pengumpulan data,unit analisis, teknik penarikan sampel,pengujian hipotesis.

   IV. **Hasil penelitian dan pembahasan** menguraikan hasil penelitian memuat hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan memuat analisis statistik (jika ada) dan analisis ekonomi.

   V. **Kesimpulan dan saran** menguraikan kesimpulan penelitian dan saran berisi solusi dari kelemahan penelitian,temuan dan keterbatasan penelitian.

   VI. **Daftar Pustaka** memuat sumber-sumber yang dikutip di dalam penulisan artikel. Hanya sumber yang diacu yang dimuat di daftar referensi ini.

   Lampiran memuat tabel,gambar, dan instrumen riset yang digunakan.

2. Artikel diketik dengan jarak baris satu spasi pada kertas B5 (18,2 cm x 15,7 cm). Kutipan langsung yang panjang (lebih dari tiga baris) diketik dengan jarak baris satu dengan *indented style* (bentuk berinden).
3. Panjang artikel tidak lebih atas 7.000 kata (dengan jenis huruf arial ukuran 10) atau maksimal 25 halaman.
4. Margin atas,bawah,kiri dan kanan 1,5 cm.
5. Halaman muka (cover) setidaknya menyebutkan judul artikel dan identitas penulis.
6. Semua halaman, termasuk tabel, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman.
7. Tabel/gambar sebaiknya dapat disajikan pada halaman terpisah dari badan tulisan (umumnya di bagian akhir naskah). Penulis cukup menyebutkan pada bagian di dalam teks,tempat pencantuman tabel atau gambar.
8. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut,judul yang sesuai dengan isi tabel atau gambar, dan sumber kutipan (bila relevan).
9. Kutipan dalam teks sebaiknya ditulis di antara kurung buka dan kurung tutup yang menyebutkan nama akhir penulis,tahun,koma, dan nomor halaman jika dipandang perlu.

Contoh :

a. Satu sumber kutipan dengan satu penulis (Brownell 1981). Jika disertai nomor halaman : (Brownell 1981).
b. Satu sumber kutipan dengan dua penulis (Frucot dan Shearon 1991).
c. Satu sumber kutipan dengan lebih dari dua penulis (Gul dkk.1995 atau Hotstede et al.1990).
d. Dua sumber kutipan dengan penulis yang berbeda (Dunk 1990; Mia 1988).
e. Dua sumber kutipan dengan penulis yang sama (Brownell 1981,1983. Jika tahun publikasi sama (Brownell 1982a,1982b).
f. Sumber kutipan yang berasal dari pekerjaan suatu institusi sebaiknya menyebutkan akronim institusi yang bersangkutan misalnya,(IAI,1994).

10. Setiap artikel harus memuat daftar pustaka (hanya yang menjadi sumber kutipan) dengan ketentuan penulisan sebagai berikut :
    a. Daftar pustaka disusun alfabetis sesuai dengan nama penulis atau nama institusi.
    b. Susunan setiap referensi : nama penulis,tahun publikasi,judul jurnal atau buku teks,nama jurnal atau penerbit,nomor halaman.
    c. Contoh :

American Accounting Association,Committee on Concepts and Standards for External Financial Riports.1997.Statement on Accounting Theory and Theory Acceptance.Sarasota,FL : AAA.

Demski,J.S., dan D.E.M. Sappington.1989.Hierarchical Structure and Responsibility Accounting, Journal of Accounting Research 27 (Spring) : 40-58.

Dye,R.; B. Balachandran; dan R.Magee.1989.Contigent Fees for Audit Firm.Working paper,Nortwestern University,Evansto,Il.

Indriantoro,N.1993.The Effect of Participative Budgeting on Job Performance and Job Satisfaction with Locus of Control and Cultural Dimensions as Moderating Variables.Ph.D. dissertation. University of Kentucky,Lexington.

Naim,A.1997.Analysis of The Use of Accounting Product Costs In Oligopolistic Pricing Decisions. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 12 (Oktober) 43-50.

Porcano,T.M.1984a.Distrutive Justice and Tax Policy.The Accounting Review,59 (October): 619-636.

_____,1984b.The Perceived Effects of Tax Policy on Corporate Investment Intentions.The Journal of the American Taxation Association 6(Fall) : 7-19.

Pyndyk,R.S. dan D.L. Rubinfield.1987.Econometric Models & Economic Forecasts,3rd ed.,NY:McGrow-Hill Publishing,Inc.

11. Artikel diserahkan dalam bentuk cd dan empat eksemplar cetakan.

DAFTAR ISI

Halaman

Kebijakan Editorial i

Pedoman Penulisan Artikel iii

Daftar Isi v

1. ANALISIS MOTIVASI BERHASIL DAN DAYA KREATIVITAS DALAM UPAYA MENCIPTAKAN KETAHAN USAHA HOMEINDUSTRI SIMPING DI PURWAKARTA-JAWA BARAT
   Eddy Soeryanto Soegoto 1

2. ANALISIS KUALITAS SOFTWARE HUMAN RESOURCE INFORMATION SYSTEM (HRIS) DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. EAST WEST SEED INDONESIA FARM LEMBANG
   Dadang Munandar 24

3. PENGARUH MANAJEMEN TALENTA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI LEMBAGA PENJAMINAN MUTU PENDIDIKAN (LPMP) WILAYAH PULAU JAWA
   Iman Santoso 44

4. PENGARUH CITRA INSTITUSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA
   (Survei Pada Mahasiswa Jenjang Program DIII, Pada Universitas Swasta Di Kota Bandung)
   Windi Novianti 64

5. PENGARUH KUALITAS KEHIDUPAN KERJA DAN SEMANGAT KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. INDONESIA POWER UNIT BISNIS PEMBANGKITAN (UBP) SAGULING
   Isniar Budiarti dan Dewi Sukma Nurnisa 79

6. IDENTIFIKASI POTENSI DAN KENDALA UKM PEDAGANG DI KABUPATEN BEKASI
   Rizky Zulfikar 91

ANALISIS MOTIVASI BERHASIL DAN DAYA KREATIVITAS DALAM UPAYA MENCIPTAKAN KETAHAN USAHA HOMEINDUSTRI SIMPING DI PURWAKARTA-JAWA BARAT

Oleh
Eddy Soeryanto Soegoto

ABSTRACT

This research focuses on how achievement motivation and creativity potential can influence business survival simping entrepreneurs in Purwakarta. The goal is 1) to find out the influence of achievement motivation to business survival, 2) to find out the influence creativity potential to business survival, 3) to find out the influence of achievement motivation and creativity potential on business survival in simping entrepreneurs in Purwakarta.The methods are descriptive and explanatory survey. Using simple random sampling 50 samples simping entrepreneurs. To find out the influence of dependent variable motivation (x_1) and creativity potential (X_2) to dependent variable business survival (Y) calculated with multiple regression and path analysis statistical test.

The result of data analysis shows that achievement motivation influence to business survival (33,64%), creativity potential influence to business survival (18,49%), and both achievement motivation and creativity potential influence to business survival (42%). It shows that combined effect of achievement motivation and creativity potential to business survival is grater then individual effect at these variables.There's anther variable out of achievement motivation and creativity potential (residual variable €), which has less effect to business survival (34,5%). It's expected that there would be another follow up study. These residual variable are such as culture, the rules of government and technology.

Keyword: *achievement motivation, creativity potential, business survival and entrepreneurs*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peranan usaha kecil di Indonesia diakui sangat penting di dalam perekonomian nasional, utamanya dalam aspek-aspek, seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non migas. Harus diakui muncul dan berkembangnya suatu usaha ekonomi tidak hanya disebabkan oleh adanya suatu kebijakan atau program pembinaan oleh pemerintah. Penentu utama muncul atau berkembangnya suatu kegiatan usaha ekonomi berhubungan dengan faktor-faktor ekonomi, sosial, budaya dan sejarah yang kemudian memberi pengaruh pada kinerja usaha.

Faktor-faktor ekonomi dan sosial ini dapat digolongkan dalam dua sisi kategori, yakni sisi permintaan dan sisi penawaran. Faktor-faktor di sisi permintaan adalah pendapatan rata-rata dan selera konsumsi masyarakat serta struktur, luas dan sifat pasar yang dilayani. Sementara itu faktor-faktor di sisi penawaran adalah persediaan tenaga kerja dalam jumlah maupun kualitas, *managerial skill,* informasi, teknologi, jumlah serta kualitas bahan baku, etos dan disiplin kerja, serta aspek-aspek yang terkait dengan *entrepreneurship* (kewirausahaan). Kebijakan pemerintah hanya akan memperbesar atau memperkecil pengaruh masing-masing faktor tersebut. Perbedaan selera atau pola konsumsi di dalam masyarakat untuk barang yang sama juga sangat menentukan besar kecilnya pasar industri kecil.

Dalam krisis ekonomi yang sekarang ini sedang melanda bangsa kita, posisi usaha kecil dengan jenis barang seperti memiliki pasar yang secara alamiah terproteksi dari persaingan industri menengah dan besar atau *import.* Jenis yang dimaksud seperti boneka, rotan, kulit, bambu, hiasan, simping , simping, dan sebagainya. Secara teori produk-produk ini memang dapat juga dibuat dengan mesin besar. Namun demikian, selain biaya, harga jual juga akan lebih mahal dari pada buatan tangan, karena proses produksi jenis barang tersebut tidak mengandung skala ekonomis. Selain itu nilai kultural yang terkandung di dalamnya, jika dibuat dengan mesin,

ANALISIS MOTIVASI BERHASIL DAN DAYA KREATIVITAS DALAM UPAYA MENCIPTAKAN KETAHAN USAHA HOMEINDUSTRI SIMPING DI PURWAKARTA-JAWA BARAT

Oleh
Eddy Soeryanto Soegoto

ABSTRACT

This research focuses on how achievement motivation and creativity potential can influence business survival simping entrepreneurs in Purwakarta. The goal is 1) to find out the influence of achievement motivation to business survival, 2) to find out the influence creativity potential to business survival, 3) to find out the influence of achievement motivation and creativity potential on business survival in simping entrepreneurs in Purwakarta.The methods are descriptive and explanatory survey. Using simple random sampling 50 samples simping entrepreneurs. To find out the influence of dependent variable motivation (x_1) and creativity potential (X_2) to dependent variable business survival (Y) calculated with multiple regression and path analysis statistical test.

The result of data analysis shows that achievement motivation influence to business survival (33,64%), creativity potential influence to business survival (18,49%), and both achievement motivation and creativity potential influence to business survival (42%). It shows that combined effect of achievement motivation and creativity potential to business survival is grater then individual effect at these variables.There's anther variable out of achievement motivation and creativity potential (residual variable Є), which has less effect to business survival (34,5%). It's expected that there would be another follow up study. These residual variable are such as culture, the rules of government and technology.

Keyword: *achievement motivation, creativity potential, business survival and entrepreneurs*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peranan usaha kecil di Indonesia diakui sangat penting di dalam perekonomian nasional, utamanya dalam aspek-aspek, seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non migas. Harus diakui muncul dan berkembangnya suatu usaha ekonomi tidak hanya disebabkan oleh adanya suatu kebijakan atau program pembinaan oleh pemerintah. Penentu utama muncul atau berkembangnya suatu kegiatan usaha ekonomi berhubungan dengan faktor-faktor ekonomi, sosial, budaya dan sejarah yang kemudian memberi pengaruh pada kinerja usaha.

Faktor-faktor ekonomi dan sosial ini dapat digolongkan dalam dua sisi kategori, yakni sisi permintaan dan sisi penawaran. Faktor-faktor di sisi permintaan adalah pendapatan rata-rata dan selera konsumsi masyarakat serta struktur, luas dan sifat pasar yang dilayani. Sementara itu faktor-faktor di sisi penawaran adalah persediaan tenaga kerja dalam jumlah maupun kualitas, *managerial skill,* informasi, teknologi, jumlah serta kualitas bahan baku, etos dan disiplin kerja, serta aspek-aspek yang terkait dengan *entrepreneurship* (kewirausahaan). Kebijakan pemerintah hanya akan memperbesar atau memperkecil pengaruh masing-masing faktor tersebut. Perbedaan selera atau pola konsumsi di dalam masyarakat untuk barang yang sama juga sangat menentukan besar kecilnya pasar industri kecil.

Dalam krisis ekonomi yang sekarang ini sedang melanda bangsa kita, posisi usaha kecil dengan jenis barang seperti memiliki pasar yang secara alamiah terproteksi dari persaingan industri menengah dan besar atau *import.* Jenis yang dimaksud seperti boneka, rotan, kulit, bambu, hiasan, simping , simping, dan sebagainya. Secara teori produk-produk ini memang dapat juga dibuat dengan mesin besar. Namun demikian, selain biaya, harga jual juga akan lebih mahal dari pada buatan tangan, karena proses produksi jenis barang tersebut tidak mengandung skala ekonomis. Selain itu nilai kultural yang terkandung di dalamnya, jika dibuat dengan mesin,

dengan sendirinya akan berkurang. Banyak orang, utamanya turis asing, membeli barang ukiran semata-mata karena alasan-alasan nilai kultural barang itu sebagai cerminan suatu bangsa atau daerah. Dan uraian tersebut sesungguhnya usaha kecil mempunyai kesempatan besar untuk *survive* dan bahkan berkembang hanya jika usaha kecil tersebut membuat jenis-jenis produk dengan proses produksi yang tidak mempunyai *economies of scale.* Proses produksi ini selain mengandung teknologi sederhana tetap memerlukan keahlian tertentu (yang hanya dapat dimiliki dari luar sektor pendidikan formal atau turun menurun secara tradisional), atau terdapat spesialisasi khusus dalam pembuatan komponen-komponen tertentu dari suatu produk. Di dalam konteks ini usaha kecil dapat berproduksi dengan biaya lebih rendah tetapi dengan kualitas paling tidak sama dengan produk buatan industri menengah/besar atau *import.*

Purwakarta sebagai tempat industri simping yang tidak terlepas di dalamnya tentang perkembangan industri kecil yang keberadaanya tersebar di berbagai kecamatan yang mana produk yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi andalan dan unggulan Kota Purwakarta.

Krisis ekonomi yang terjadi beberapa tahun ini membawa pengaruh besar terhadap kegiatan usaha kecil di Indonesia umumnya dan khususnya di Kota Purwakarta. Meningkatnya harga-harga bahan baku dan kelangkaan *bahan/input* produk disertai dengan melemahnya daya beli konsumen merupakan gejala masalah utama dari perubahan yang terjadi akibat krisis ekonomi yang sedang berlangsung. Hal tersebut mengakibatkan menurunnya kinerja atau ketahanan usaha kecil saat ini. Secara umum ketahanan usaha berubah karena faktor-faktor :

1. Permintaan pasar, kinerja usaha akan bertahan atau membaik apabila permintaan pangsa pasarnya tidak terpengaruh oleh krisis atau justru meningkat karena krisis dan sebaliknya.
2. Kenaikan harga input dan kelangkaan barang input kinerja usaha akan bertahan atau membaik apabila input yang digunakan harganya atau ketersediaanya tidak terpengaruh oleh kondisi krisis dan sebaliknya.

Faktor eksternal yang cukup berpengaruh yaitu pungutan, monopoli, dan deregulasi yang juga mengakibatkan usaha kecil tidak bertahan. Selain itu bahan baku yang *exportable* itu juga cukup memukul mereka. Kinerja usaha kecil saat ini memang tidak semuanya menurun.Ada sebagian dari mereka yang terpukul dan belum bisa bangkit, ada yang terpukul dan bisa bangkit, bahkan ada yang tidak terpengaruh.Untuk mereka yang tidak terpengaruh umumnya merupakan produk ekspor dengan bahan/input non impor sehingga mampu bertahan dan malah beruntung besar.

Masalah-masalah yang dihadapi oleh usaha kecil secara umum dan khususnya di Kota Purwakarta adalah meliputi faktor-faktor sebagai berikut:

Permodalan

1. Suku bunga kredit perbankan masih tinggi, sehingga kredit menjadi mahal.
2. Informasi sumber pembiayaan dari lembaga keuangan non bank, misalnya dana penyisihan laba BUMN dan modal ventura, masih kurang. Informasi ini meliputi informasi jenis sumber pembiayaan serta persyaratan dan prosedur pengajuan.
3. Sistem dan prosedur kredit dari lembaga keuangan bank dan non bank rumit dan lama, selain waktu tunggu pencairan kredit yang tidak pasti.
4. Perbankan kurang menginformasikan standar proposal pengajuan kredit, sehingga pengusaha kecil tidak mampu membuat proposal yang sesuai dengan kriteria perbankan.
5. Perbankan kurang memahami kriteria usaha kecil dalam menilai kelayakan usaha kecil. sehingga jumlah kredit yang disetujui seringkali tidak sesuai dengan kebutuhan usaha kecil.

Pemasaran

1. *Bargaining power* pengusaha kecil dalam berhadapan dengan pengusaha besar selalu lemah, utamanya yang berkaitan dengan penentuan harga dan sistem pembayaran, serta pengaturan tata letak produk usaha kecil di department dan supermarket.
2. Asosiasi pengusaha atau profesi belum berperan dalam mengkoordinasi pemasaran produk usaha kecil, sehingga sering menimbulkan persaingan tidak sehat antara usaha sejenis.
3. Informasi untuk memasarkan produk di dalam maupun luar negeri masih kurang, misalnya tentang produk yang diinginkan, siap pembeli, tempat pembelian, atau potensi pasar, tata cara memasarkan produk, serta tender pekerjaan utamanya pada usahajasa.

Bahan Baku

1. *Supply* bahan baku kurang memadai dan berfkuktuasi, antara lain karena adanya kebijakan ekspor dan impor yang berubah-ubah, pembeli besar yang menguasai bahan baku, keengganan pengusaha besar untuk membuat kontrak dengan pengusaha kecil.
2. Harga bahan baku masih terlalu tinggi dan berfluktuasi karena struktur pasar bersifat monopolistik atau dikuasai pedagang besar.
3. Kualitas bahan baku rendah, antara lain karena tidak adanya standarisasi dan adanya manipulasi kualitas bahan baku.
4. Sistem pembelian bahan baku secara tunai menyulitkan pengusaha kecil, sementara pembayaran penjualan produk umumnya tidak tunai.

Teknologi

1. Tenaga kerja terampil sulit diperoleh dan dipertahankan, antara lain, karena lembaga pendidikan dan pelatihan kurang dapat menghasilkan tenaga terampil yang sesuai dengan kebutuhan usaha kecil.
2. Akses dan informasi sumber teknologi masih kurang dan tidak merata, sedangkan upaya penyebarluasannya masih kurang gencar.
3. Spesifikasi peralatan yang sesuai dengan kebutuhan (teknologi tepat guna) sukar diperoleh.
4. Lembaga *independent* belum ada dan belum berperan, khususnya lembaga yang mengkaji teknologi yang ditawarkan oleh pasar kepada usaha kecil, sehingga teknologi ini tidak dapat dimanfaatkan secara optimum.
5. Peranan instansi pemerintah, non pemerintah dan perguruan tinggi dalam mengidentifikasi, menemukan, menyebarluaskan dan melakukan pembinaan teknis tentang teknologi baru atau teknologi tepat guna bagi usaha kecil masih kurang efektif.

Manajemen

1. Pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap perkembangan usaha sulit ditemukan, antara lain karena pengetahuan dan *managerial skill* pengusaha kecil relatif rendah. Akibatnya pengusaha kecil belum mampu menyusun strategis bisnis yang tepat.
2. Pemisahan antara manajemen keuangan perusahaan dan keluarga atau rumah tangga belum dilakukan, sehingga pengusaha kecil mengalami kesulitan dalam mengkontrol dan mengatur *cash flow,* serta dalam membuat perencanaan laporan keuangan.
3. Kemampuan pengusaha dalam mengorganisasikan diri dan karyawan masih lemah, sehingga terjadi pembagian kerja yang tidak jelas dan sering kali pengusaha harus bertindak *one men show.*
4. Pelatihan tentang manajemen dari berbagai instansi kurang efektif, karena materi yang terlalu banyak tetapi tidak sesuai dengan kebutuhan, serta tidak ada kegiatan pendampingan pasca pelatihan.
5. Produktivitas karyawan masih rendah sehingga pengusaha kecil sulit memenuhi ketentuan UMR (Upah Minimum Regional), Rendahnya produktivitas ini antara lain karena tingkat pendidikan, etos kerja, disiplin, tanggung jawab dan loyalitas karyawan yang masih rendah.

Birokrasi

1. Perijinan tidak transparan, mahal, berbelit-belit, diskriminatif, lama dan tidak pasti, serta terjadi tumpang tindih vertikal antara (simping daerah) dan horisontal (antar instansi di daerah).
2. Penegakan dan pelaksanaan hukum dan berbagai ketentuan masih kurang serta cenderung kurang tegas.
3. Pengusaha kecil dan asosiasi usaha kecil kurang dilibatkan dalam perumusan kebijakan tentang usaha kecil
4. Pungutan dan biaya tambahan dalam pengurusan perolehan modal dari dana penyisihan laba BUMN dan sumber modal lainnya cukup tinggi.
5. Mekanisme pembagian kuota ekspor tidak mendukung usaha kecil untuk mampu mengekspor produknya.
6. Banyak pungutan yang senngkali tidak disertai dengan pelayanan yang memadai.

Infrastruktur

1. Listrik, air, dan telepon bertarif mahal dan sering mengalami gangguan, disamping pelayanan petugas yang kurang baik,

2. *Bounded Zone,* seperti P1K dan LIK, kurang dilengkapi prasarana yang memadai seperti jalan, listrik, telepon, air, serta fasilitas penanganan limbah dan gangguan.

Kemitraan

1. Kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar dalam pemasaran dan sistem pembayaran, baik produk maupun bahan baku, dirasakan belum bermanfaat.
2. Kemitraan antara usaba kecil dengan usaha menengah dan besar dalam transfer teknologi masih kurang.

Alasan penulis menganalisis permasalahan usaha kecil, karena potensi yang mereka miliki sungguh besar jika ada pihak-pihak yang benar-benar memperhatikan, bukan sekedar perhatian yang asal/formalitas yang hanya menghambur-hamburkan APBD/APBN atau subsidi tertentu. Selain itu pada krisis ekonomi ini usaha kecil seperti industri rumah tangga memiliki arti yang sangat penting. Produk yang khas dan pada umumnya manual teknologinya menjadi khasanah Indonesia khususnya Kota Purwakarta dalam rangka mewujudkan Kota Pariwisata yang kaya akan budaya daerah dan menjadi simpingPurwakarta sebagai asetindustri nasional. Karena itu penulis mengambil produk simping di Industri Simping yang merupakan salah satu produk unggulan Kota Purwakarta sebagai lokasi penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh motivasi berhasil dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha pada industri simping dalam menghadapi tantangan krisis.

1.2. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasikan permasalahan yang akan dianalisis sebagai berikut: "Seberapa besar motivasi berhasil dan daya kreativitas berpengaruh terhadap ketahanan usaha pada industri simping dalam menghadapi globalisasi dan tantangan krisis".

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kewirausahaan

Aspek kewirausahaan dalam analisis terhadap usaha/pengusaha kecil sangat penting, karena hal tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Terlebih jika usaha tersebut merupakan usaha yang baru dimulai. Setiap orang yang berbisnis tentu mengharapkan usahanya dapat bertahanan hidup *(exist).* Untuk memulai suatu usaha ada yang perlu direnungkan yaitu kunci keberhasilan dalam berbisnis dengan memahami diri sendin.Sebelum memulai suatu usaha hal penting yang harus diketahui adalah apakah seseorang sudah memiliki semangat kewirausahaan.Berapa banyak karakteristik wirausaha sukses yang telah dimiliki? Apakah ia memiliki motivasi yang tepat untuk memasuki dunia usaha? Apakah latar belakang dan lingkungan yang mendukung untuk berperan dalam kewirausahaan?Selanjutnya bagaimana usaha atau suatu bisnis itu dapat bertahan, kita dapat memahami melalui uraian berikut.

William D. Bygrave (2001:2) membedakan pengertian wirausaha dan proses (menjadi) wirausaha: *An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organization to persue it. The entrepreneurial proces involves all functions, activities and actions associated wich perceiving opportunities and creating organization to persue them.*

Seorang wirausaha atau wirausahawan adalah seorang yang memiliki kemampuan dan sikap mandiri, kreatif, inovatif, ulet, berpandangan jauh ke depan, pengambil resiko yang sedang dan tanpa mengabaikan kepentingan orang lain dalam pengembangan usahanya. Seseorang yang memperhatikan lingkungan sosial untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik bagi semua orang.Kewirausahaan dapat juga diartikan sebagai sikap, nilai dan kemampuan untuk mencari, melihat dan memanfaatkan peluang, menciptakan sesuatu yang baru dengan menggunakan sumber daya untuk memberikan balas jasa dan memperoleh keuntungan. Seorang wirausaha selalu berfikir untuk bertindak mencari pemecahan *(looking at solution)* sesuai dengan inisiatif yang muncul untuk target dengan kedinamisan tertentu. Dunia kewirausahaan adalah dunia bisnis yang penuh ketidakpastian dan resiko dimana antara keberhasilan dan kegagalan bisa saja terjadi.Untuk itulah kualitas wirausaha harus ditingkatkan melalui tantangan dan dukungan yang sesuai agar dapat berkembang sebagai wirausaha yang sukses. Seseorang wirausaha harus mampu melihat adanya peluang, menganalisa peluang dan mengambil keputusan untuk

mencapai keuntungan yang berguna bagi dirinya sendiri atau lingkungan sekitarnya dan kelanjutan usahanya sebelum peluang tersebut dimanfaatkan oleh orang lain.

2.1.1Karakteristik yang Perlu Dimiliki Wirausaha

Thomas W. Zimmeres dan Norman M. Secharborough menyebutkan ada 12 karakteristik yang dimiliki oleh seorang wirausaha yang sukses :

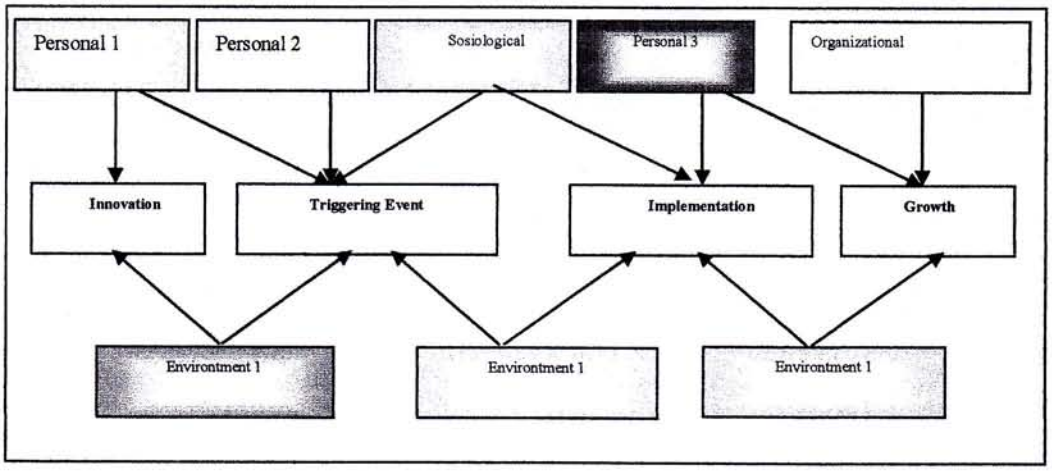
a. Commitment and the determination.
b. Desire for responsibility
c. Opportunity obsession
d. Tolerance for risk, ambiguity and uncertainty
e. Self confidence
f Creativity and flexibility
g. Desire for immediate feedback
h. High level of energy
i. Motivation to excel
j. Orientation to the future
k. Willingness to learn from failure
l. Leadership ability

Selanjutnya konsep 10 D dari Bygrave yaitu beberapa karakteristik dari wirausahawan yang berhasil memiliki sifat-sifat yang dikenal dengan istilah 10 D (Bygrave, 1994:5).

1. Dream
2. Decisiveness
3. Doers
4. Determination
5. Dedication
6. Devotion
7. Details
8. Destiny
9. Dollars
10. Distribute

2.1.2 ProsesKewirausahaan

Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut ternyata tidak mudah bagi seseorang untuk memilih karir sebagai wirausaha. Oleh karena itu untuk menjadi seorang wirausaha yang berhasil, ia harus melalui beberapa tahapan. Ada beberapa faktor yang berpengaruh dalam proses kelahiran seorang entrepreneur atau wirausaha yakni kepribadian sosial dan lingkungan. Katakanlah seseorang mempunyai ide atau motivasi suatu usaha. Apakah ide tersebut akan terwujud atau tidak adalah sangat tergantung kepada karirnya di masa depan, keluarga, teman-teman, keadaan ekonomi, dan sumber daya yang tersedia. Akan tetapi meskipun keadaan ekonomi, keluarga, teman-teman dan sumber daya tersedia mendukung, tidaklah otomatis ia menjadi seorang wirausaha. Pada umumnya ada suatu peristiwa sebagai faktor pemicu *(triggering event)* yang menjadikan seseorang memilih harus sebagai wirausaha. Misalnya pekerjaan yang ia lakukan saat ini tidak memiliki masa depan atau tidak sedang mempunyai pekerjaan tetap atau menganggur.(William Bygrave, 1994, 3-4), Carol Moore membuat suatu model tentang bagaimana proses kewirausahaan terjadi pada model berikut:



Gambar 2.1.
Model Proses Kewirausahaan (Carol Moore's Model)

Melihat model di atas muncul pertanyaan apakah yang paling mendorong seseorang untuk memasuki karir wirausaha?Jawabannya menyangkut dua hal yaitu *Personal Attributes dan Personal Environment.*

2.2. Usaha Kecil

Peranan usaha kecil di kancah perekonomian nasional sangatlah penting sekali. Selain dari sisi ekspor yang akan menambah devisa negara juga menambah lapangan kerja serta meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia. Dalam era krisis dan persaingan global usaha kecil banyak menunjukan stabilitas ekonomi dibandingkan usaha menengah maupun besar.

2.2.1 Karakterisrik Usaha Kecil

Menurut Sadoko (1995:37-38), karakteristik yang menjadi ciri khas usaha keci! yaitu :

a) Mempunyai skala usaha yang kecil dan terbatas baik modal, tenaga kerja maupun orientasi pasarnya.
b) Banyak berlokasi di wilayah pedesaan dan kota-kota kecil atau daerah pinggiran kota besar.
c) Status usaha milik pribadi atau keluarga.
d) Sumber tenaga kerja berasal dari lingkungan sosial budaya (etnis, geografis).
e) Pola bekerja seringkali paruh waktu atau sebagai usaha sampingan dan kegiatan ekonomi yang lain.
f) Memiliki kemampuan yang terbatas dalam mengadopsi teknologi pengelola usaha dan administrasinya sederhana.
g) Struktur permodalan sangat tergantung modal sendiri dan lingkungan pribadi
h) Ijin usaha sering tidak dimiliki dan persyaratan resmi sering tidak dipenuhi, perlibatan banyak institusi serta beban waktu dan biaya yang mahal, sekalipun secara resmi biaya pengurusan ijin tersebut tidak membutuhkan biaya mahal.
i) Strategi perusahaan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang sering berubah-ubah dengan cepat.

2.3 Motivasi Kewirausahaan

Motivasi merupakan rangsangan atau dorongan terhadap karyawan untuk bekerja sebaik-baiknya. Rangsangan atau dorongan tersebut bersifat *intern* dan *ekstern* serta harus dapat dirasakan manfaatnya yaitu dapat. merubah sikap karyawan dalam pelaksanaan tugasnya sehingga dapat dicapai basil yang maksimal. Dorongan yang bersifat *intern* merupakan dorongan yang timbul dari dalam hati nurani masing-masing individu tanpa dipengaruhi faktor-faktor dari pihak luar. Oleh karena itu dasar pertama menumbuhkan motivasi agar dapat. herhasil dan terus berkembang, tidak hanya memuaskan kebutuhan dalam hal materi saja, namun tidak kalah

pentingnya adalah memenuhi kebutuhan non materi yaitu kebutuhan rohani. Dorongan yang bersifat *ekstern* timbul dari rangsangan luar individu, misalnya dari kondisi lingkungan kerja atau dari pemberian fasilitas yang diberikan kepada karyawannya. Dengan demikian dapal diambil suatu kesimpulan bahwa motivasi merupakan variabel yang sangat penting dalam upaya membantu pemimpin untuk mencapai tujuan.

Ketahanan usaha dalam melakukan bisnis sangat tergantung kepada kemauan para pelaku bisnis (pengusaha/wirausaha) untuk bekerja lebih giat. Agar para pekerja juga para pengusaha lebih giat melakukan pekerjaan maka mereka perlu memiliki atau diberi motivasi dengan berbagai cara. Pada umumnya tingkah laku manusia dilakukan secara sadar, artinya selalu didorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Disinilah letaknya peran penting dari motivasi. Motivasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang mendorong pengusaha/pekerja mau bekerja secara lebih produktif adalah motivasi untuk berhasil. Untuk mengetahui konsep dasar motivasi kerja maka perlu diuraikan pengertian motivasi serta beberapa teori motivasi.

2.3.1 Motivasi Berhasil

Konsep penting teori motivasi lainnya didasarkan pada kekuatan yang ada di dalam diri manusia adalah motivasi berhasil*(achievement motivation)*. Manusia pada hakekatnya mempunyai kemampuan untuk berhasil di atas kemampuan orang lain. Seseorang dianggap mempunyai motivasi untuk berhasil jika ia mempunyai keinginan untuk melakukan suatu karya yang berhasil lebih baik dari berhasil karya orang lain.

McClelland memusatkan perhatiannya pada tiga kebutuhan manusia (Robbins, 2001: 162) yaitu:

1. *Need for achievement:*
2. *Need for power:*
3. *Need for affiliation:*

Kebutuhan untuk berhasil*(Need for achievement)* adalah dorongan untuk mengatasi tantangan, untuk maju, dan berkembang. Dorongan dalam diri seseorang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam upaya mencapai tujuan. Orang yang memiliki dorongan ini ingin maju, ingin tumbuh dan berkembang. Penyelesaian sesuatu memang seharusnya diselesaikan dan tidak untuk imbalan yang menyertainya.

Pegawai yang berorientasi berhasil bekerja keras apabila mereka memandang bahwa mereka akan memperoleh kebanggaan pribadi atas upaya mereka. Sebagai manajer, mereka cenderung mempercayai bawahan mereka, mau berbagi dan menerima gagasan secara terbuka, menetapkan tujuan tinggi, dan berharap bahwa pegawainya juga akan berorientasi berhasil.

Orang-orang yang bermotivasi berhasil memilih pembantunya yang berkemampuan teknis, dan kurang memperhatikan perasaan pribadi tentang mereka, tidak menyukai tugas yang terstruktur karena, pekerjaan mereka kurang menantang dan kurang memberi peluang untuk mengambil keputusan. Kebutuhan berhasilnya tercermin pada keinginannya mengambil tugas yang dapat pertanggungjawabkan secara pribadi atas perbuatan-perbuatannya. Menentukan tujuan yang wajar dengan memperhitungkan risiko-risikonya, ingin mendapatkan umpan balik atas perbuatan - perbuatannya, dan dia berusaha melakukan segala sesuatu secara kreatif dan inovatif.

Kebutuhann untuk kekuasaan*(Need for power)* adalah dorongan -untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak pada organisasi dan mau memikul risiko untuk melakukan hal itu. Apabila kekuasaan telah diperoleh, hal itu mungkin digunakan secara konstruktif atau mungkin juga destruktif.

Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan merupakan manajer yang istimewa apabila dorongan itu lebih tertuju pada kekuasaan lembaga ketimbang kekuasaan pribadi. Kekuasaan lembaga adalah kebutuhan untuk mempengaruhi perilaku orang orang demi kebaikan organisasi secara keseluruhan. Dengan kata lain, orang-orang ini mencari kekuasaan melalui sarana resmi, menduduki jabatan kepemimpinan melalui berhasil yang berhasil, dan karenanya diterima oleh

pentingnya adalah memenuhi kebutuhan non materi yaitu kebutuhan rohani. Dorongan yang bersifat *ekstern* timbul dari rangsangan luar individu, misalnya dari kondisi lingkungan kerja atau dari pemberian fasilitas yang diberikan kepada karyawannya. Dengan demikian dapal diambil suatu kesimpulan bahwa motivasi merupakan variabel yang sangat penting dalam upaya membantu pemimpin untuk mencapai tujuan.

Ketahanan usaha dalam melakukan bisnis sangat tergantung kepada kemauan para pelaku bisnis (pengusaha/wirausaha) untuk bekerja lebih giat. Agar para pekerja juga para pengusaha lebih giat melakukan pekerjaan maka mereka perlu memiliki atau diberi motivasi dengan berbagai cara. Pada umumnya tingkah laku manusia dilakukan secara sadar, artinya selalu didorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Disinilah letaknya peran penting dari motivasi. Motivasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang mendorong pengusaha/pekerja mau bekerja secara lebih produktif adalah motivasi untuk berhasil. Untuk mengetahui konsep dasar motivasi kerja maka perlu diuraikan pengertian motivasi serta beberapa teori motivasi.

2.3.1 Motivasi Berhasil

Konsep penting teori motivasi lainnya didasarkan pada kekuatan yang ada di dalam diri manusia adalah motivasi berhasil*(achievement motivation).* Manusia pada hakekatnya mempunyai kemampuan untuk berhasil di atas kemampuan orang lain. Seseorang dianggap mempunyai motivasi untuk berhasil jika ia mempunyai keinginan untuk melakukan suatu karya yang berhasil lebih baik dari berhasil karya orang lain.

McClelland memusatkan perhatiannya pada tiga kebutuhan manusia (Robbins, 2001: 162) yaitu:

1. *Need for achievement:*
2. *Need for power:*
3. *Need for affiliation:*

Kebutuhan untuk berhasil*(Need for achievement)* adalah dorongan untuk mengatasi tantangan, untuk maju, dan berkembang. Dorongan dalam diri seseorang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam upaya mencapai tujuan. Orang yang memiliki dorongan ini ingin maju, ingin tumbuh dan berkembang. Penyelesaian sesuatu memang seharusnya diselesaikan dan tidak untuk imbalan yang menyertainya.

Pegawai yang berorientasi berhasil bekerja keras apabila mereka memandang bahwa mereka akan memperoleh kebanggaan pribadi atas upaya mereka. Sebagai manajer, mereka cenderung mempercayai bawahan mereka, mau berbagi dan menerima gagasan secara terbuka, menetapkan tujuan tinggi, dan berharap bahwa pegawainya juga akan berorientasi berhasil.

Orang-orang yang bermotivasi berhasil memilih pembantunya yang berkemampuan teknis, dan kurang memperhatikan perasaan pribadi tentang mereka, tidak menyukai tugas yang terstruktur karena, pekerjaan mereka kurang menantang dan kurang memberi peluang untuk mengambil keputusan. Kebutuhan berhasilnya tercermin pada keinginannya mengambil tugas yang dapat pertanggungjawabkan secara pribadi atas perbuatan-perbuatannya. Menentukan tujuan yang wajar dengan memperhitungkan risiko-risikonya, ingin mendapatkan umpan balik atas perbuatan - perbuatannya, dan dia berusaha melakukan segala sesuatu secara kreatif dan inovatif.

Kebutuhann untuk kekuasaan*(Need for power)* adalah dorongan -untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak pada organisasi dan mau memikul risiko untuk melakukan hal itu. Apabila kekuasaan telah diperoleh, hal itu mungkin digunakan secara konstruktif atau mungkin juga destruktif.

Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan merupakan manajer yang istimewa apabila dorongan itu lebih tertuju pada kekuasaan lembaga ketimbang kekuasaan pribadi. Kekuasaan lembaga adalah kebutuhan untuk mempengaruhi perilaku orang orang demi kebaikan organisasi secara keseluruhan. Dengan kata lain, orang-orang ini mencari kekuasaan melalui sarana resmi, menduduki jabatan kepemimpinan melalui berhasil yang berhasil, dan karenanya diterima oleh

pentingnya adalah memenuhi kebutuhan non materi yaitu kebutuhan rohani. Dorongan yang bersifat *ekstern* timbul dari rangsangan luar individu, misalnya dari kondisi lingkungan kerja atau dari pemberian fasilitas yang diberikan kepada karyawannya. Dengan demikian dapal diambil suatu kesimpulan bahwa motivasi merupakan variabel yang sangat penting dalam upaya membantu pemimpin untuk mencapai tujuan.

Ketahanan usaha dalam melakukan bisnis sangat tergantung kepada kemauan para pelaku bisnis (pengusaha/wirausaha) untuk bekerja lebih giat. Agar para pekerja juga para pengusaha lebih giat melakukan pekerjaan maka mereka perlu memiliki atau diberi motivasi dengan berbagai cara. Pada umumnya tingkah laku manusia dilakukan secara sadar, artinya selalu didorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Disinilah letaknya peran penting dari motivasi. Motivasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang mendorong pengusaha/pekerja mau bekerja secara lebih produktif adalah motivasi untuk berhasil. Untuk mengetahui konsep dasar motivasi kerja maka perlu diuraikan pengertian motivasi serta beberapa teori motivasi.

2.3.1 Motivasi Berhasil

Konsep penting teori motivasi lainnya didasarkan pada kekuatan yang ada di dalam diri manusia adalah motivasi berhasil*(achievement motivation)*. Manusia pada hakekatnya mempunyai kemampuan untuk berhasil di atas kemampuan orang lain. Seseorang dianggap mempunyai motivasi untuk berhasil jika ia mempunyai keinginan untuk melakukan suatu karya yang berhasil lebih baik dari berhasil karya orang lain.

McClelland memusatkan perhatiannya pada tiga kebutuhan manusia (Robbins, 2001: 162) yaitu:

1. *Need for achievement:*
2. *Need for power:*
3. *Need for affiliation:*

Kebutuhan untuk berhasil*(Need for achievement)* adalah dorongan untuk mengatasi tantangan, untuk maju, dan berkembang. Dorongan dalam diri seseorang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam upaya mencapai tujuan. Orang yang memiliki dorongan ini ingin maju, ingin tumbuh dan berkembang. Penyelesaian sesuatu memang seharusnya diselesaikan dan tidak untuk imbalan yang menyertainya.

Pegawai yang berorientasi berhasil bekerja keras apabila mereka memandang bahwa mereka akan memperoleh kebanggaan pribadi atas upaya mereka. Sebagai manajer, mereka cenderung mempercayai bawahan mereka, mau berbagi dan menerima gagasan secara terbuka, menetapkan tujuan tinggi, dan berharap bahwa pegawainya juga akan berorientasi berhasil.

Orang-orang yang bermotivasi berhasil memilih pembantunya yang berkemampuan teknis, dan kurang memperhatikan perasaan pribadi tentang mereka, tidak menyukai tugas yang terstruktur karena, pekerjaan mereka kurang menantang dan kurang memberi peluang untuk mengambil keputusan. Kebutuhan berhasilnya tercermin pada keinginannya mengambil tugas yang dapat pertanggungjawabkan secara pribadi atas perbuatan-perbuatannya. Menentukan tujuan yang wajar dengan memperhitungkan risiko-risikonya, ingin mendapatkan umpan balik atas perbuatan - perbuatannya, dan dia berusaha melakukan segala sesuatu secara kreatif dan inovatif.

Kebutuhann untuk kekuasaan*(Need for power)* adalah dorongan -untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak pada organisasi dan mau memikul risiko untuk melakukan hal itu. Apabila kekuasaan telah diperoleh, hal itu mungkin digunakan secara konstruktif atau mungkin juga destruktif.

Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan merupakan manajer yang istimewa apabila dorongan itu lebih tertuju pada kekuasaan lembaga ketimbang kekuasaan pribadi. Kekuasaan lembaga adalah kebutuhan untuk mempengaruhi perilaku orang orang demi kebaikan organisasi secara keseluruhan. Dengan kata lain, orang-orang ini mencari kekuasaan melalui sarana resmi, menduduki jabatan kepemimpinan melalui berhasil yang berhasil, dan karenanya diterima oleh

orang lain. Akan tetapi, apabila dorongan itu tertuju pada kekuasaan pribadi, orang y bersangkutan cenderung menjadi pemimpin organisasi yang tidak berhasil.

Kebutuhan untuk berafiliasi *(Need for affiliation)* adalah dorongan untuk berhubur dengan orang-orang secara efektif atas dasar sosial. Orang-orang yang bermotivasi af bekerja lebih baik apabila mereka dipuji karena sikap dan kerja sama mereka y menyenangkan. Mereka yang bermotivasi afiliasi cenderung memilih orang-orang di sekel mereka yang bersahabat. Mereka menerima kepuasan batin karena berada di lingkungan v bersahabat, dan menginginkan keleluasaan untuk membina, hubungan ini dalam peker (David, 1998: 104).

Kebutuhan afiliasi ini ditunjukkan adanya keinginan untuk.bersahabat, di mana ia l mementingkan aspek-aspek antar pribadi, ia lebih senang bekerja bersama, senang berg berusaha mendapat persetujuan dari orang lain, dan melaksanakan tugas-tugasnya secara l efektif bila bekerja dengan orang-orang lain dalam suasana. kerjasama. Tetapi jika seor atasan minta bantuan bawahan, ini bukan tergolong motivasiafiliasi, tetapi tergolong moti kekuasaan (David, 1998: 104, Luthans, 1998: 152).

2.3.3 Pengukuran Motivasi Berhasil

Banyak tori tentang motivasi yang telah dipaparkan oleh para pakar manajemen. A tetapi dalam hunungan ini, karena pengusah/pengrajin simping di Binong merupakan su usaha/bisnis yang banyak terkait dengan aspek kewirausahaan. Maka penulis cender mengoperasionalkan teori motivasi dari David Mc Clelland, khususnya teori motivasi berhasil.

Pengukuran motivasi yang dilakukan dalam penelitian ini berpedoman kepada teori motivasi David Mc Clelland yang terdiri atas 3 dimensi yakni:

1) *Need for Achievement*
a Berorientasi pada tujuan
b Berorientasi ke masa depan
c.Bertanggung jawab
d.Berani mengambil resiko
e Aspiratif
f Memanfaafkan waktu
g.Keorisinilan
2) *Need for Affiliation*
a Suka bekerjasama
b. Demokratif
c Tidak suka menyendiri
d- Suka bersahabat
3) *Need for Power*
a. Suka menolong
h Mampu meyakinkan orang
c. Mobilitas vertikal
d Suka memerintah

2.4. Daya Kreativitas

Seorang wirausaha perlu menggali daya kreativitas guna mengembangkan d mempertahankan usahanya agar dalam situasi apapun usaha dapat tetap survive. Ik perekonomian kini telah berbeda dengan waktu-waktu lalu.Ketidakstabilan politiksan menentukan kondisi ekonomi bangsa ini.Krisis tengah melanda dan persaingan global sema ketat. Setiap perusahaan pada saat sekarang dan selanjutnya selalu dihadapkan deng berbagai tantangan yang tidak pernah ada sebelumnya dan tak ada habisnya seperti: persaing yang tajam, bisnis semakin global, teknologi baru dilahirkan setiap saat, sumber-sumber sema langka, pasar dan ekonomi dunia semakin tidak menentu, stakeholder semakin kritis, lingkung bisnis semakin komplek, dan masih banyak lagi hal-hal lain. Akan tetapi di samping tekar simasi yang komplek juga mengahasilkan peluang.Masalahnya, bagaimana suatu bisnis da bertahan *(survive)* dan berkembang. Hanya ada satu carayaituharus kreatif dan inovatif, kare *"innovation is how a firm or individual makes money from creativity".*

2.4.1 Konsep Kreativitas

Kreativitas adalah suatu proses menciptakan *(organization)* yang mempunyai nilai. Tidak semua yang baru mempunyai nilai. Jadi daya kreativitas adalah proses penggalian kemampuan guna menciptakan sesuatu yang mempunyai nilai tertentu. Dalam sebuah kreativitas akan lebih realistis apabila diwujudkan melalui inovasi. Sedangkan inovasi adalah proses menciptakan yang menghasilkan nilai yang signifikan kepada perorangan, kelompok, perusahaan, industri masyarakat ""*An innovation is thus a creation that has significant value*".Dari pengertian tersebut di atas harus dapat dibedakan antara organization, kreativitas dan inovasi. Kata kuncinya adalah *significant value.*Hanya satu dari sepuluh kreativitas menjadi inovasi, oieh karena itu sering-seringlah menggali daya kretivitas sebanya.k mungkin.Kreativitas adalah skill untuk melahirkan sesuatu yang baru dan membuat yang baru tersebut itu mempunyai nilai.Kreativitas bukan sesuatu yang mistik. Semua orang dapatmempelajarinya, kreativitas dapat incremental, dapat juga merupakan lompatan. Contoh : vaksin polio, apple computer macintosh. Hasil dari penggalian daya suatu kreativitas dapat bersifat *intangible* (jasa)

Creative problem solving (CPS) merupakan bagian dari proses "empat P" (kreativitas + budaya organisasi = inovasi). Jadi sebuah inovasi tidak pernah lepas dari kreasi-kreasi. Ada delapan tahap CPS :

1) *Analyzing the environment* (menganalisis lingkungan)
2) *Recognizing the problem* (memahami masalah)
3) *Identifying problem* (mengidentifikasi masalah) .
4) *Making assumptions* (membuat asumsi).
5) *Generating alternatives* (menghasilkan alternatif)
   alitas.
6) *Choosing among*

Dari berbagai uraian di atas dapat ditarik suatu kesimpulanbahwa kreativitas merupakan bagian yang sangat penting dalam problem solving baik untuk organisasi maupun perorangan. Setiap perorangan maupun organisasi harus terus didorong untuk menjadi krcatif. Setiap orang harus menguasai teknik-teknik kreativitas. Setiap orang seharusnya merigembangkan dirinya dengan mempunyai ketrampilan *creative problem solving.*

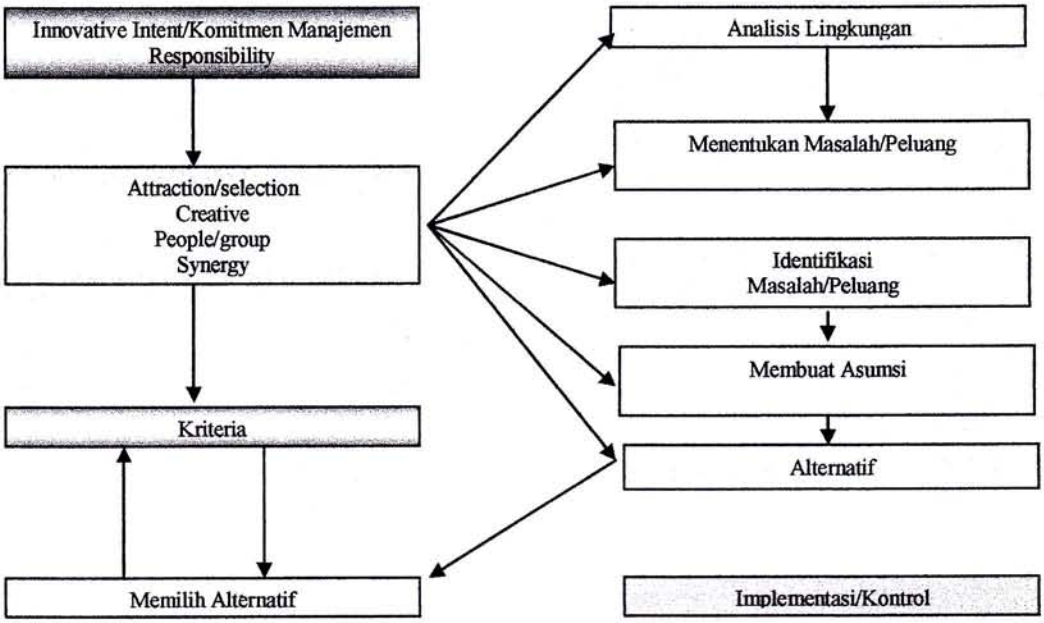
2.4.2. Mengelola Kreativitas

1) Kreativitas merupakan kebutuhan baik bagi perorangan maupun organisasi. Kreativitas dalam organisasi merupakan *inner creative capability* yang harus dikembangkan. Kreativitas merupakan asset yang tidak *ternilai/intelektual capital.* Kreativitas selalu berkaitan dengan individu/SDM, tetapi organisasi/manajemen sangat menentukan. Tidak ada pola baku pengelolaan kreativitas, sampai sekarang masih merupakan topik hangat, baik di kalangan praktisi ataupun teoritis. Manajemen kreativitas bersifat dinamis atau *heuristic* artinya tergantung situasi dan kondisi. Salah satu kiat untuk mengolah kreativitas adalah dengan memahami faktor-faktor yang merintangi dan mendorong kreativitas

Peran wirausaha untuk usaha skala kecil yang sekaligus berperan sebagai manajer, sangat menentukan dalam mendorong proses kreativitas, karena mereka adalah sumber pelopor dari kretivitas. Tugas mereka untuk menghasilkan perilaku yang kreatif atas karyawan yang dimilikinya, wirausaha harus secara sadar mengelola proses kreatif jika usahanya ingin maju, termasuk untuk dirinya sendiri. Hal-hal yang harus dikelola seperti :

1) Melahirkan gagasan baru
2) Menskrin dan mengevaluasi gagasan baru
3) Memperbaiki atau memproteksi dan merencanakan implementasi.

Kegiatan seorang pengusaha/wirausaha selain mengembangkan bisnisnya juga harus mampu menjadikan kreativitas sebagai *management responsibility.* Dengan demikian kreativitas dan inovasi menjadi tekad *(creativity & innovative intent)* dan komitmen organisasi. Salah satu kebijakan/kiat untuk mendorong kreativitas/inovasi dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut:



Gambar 2.2.
Kiat untuk mendorong kreativitas atau inovasi

Kreativitas tidak selalu dihasilkan sesuatu yang tidak ada, sering juga gagasan baru timbul secara kebetulan. Penting untuk dipahami mengapa kreativitas dan inovasi tersebut merupakan ciri-ciri yang melekat kepada wirausaha. Untuk dapat menjawab pertanyaan tersebut kita pahami apa yang selalu ada dalam pemikiran seorang wirausaha atau alam pikiran seorang wirausaha. Seperti kita ketahui wirausaha merupakan sumber pemikiran-pemikiran kreatif dan inovatif. Bagaimana alam pikiran seorang wirausaha sehingga menjadi sumber kreativitas dan inovasi, yaitu :

1) Seorang wirausaha selalu memimpikan gagasan baru dengan selalu bertanya bagaimana begitu atau begini, mengapa tidak, mengapa tidak dicoba, & lain-lain,
2) Selalu mencari peluang baru/mencari cara baru untuk menciptakan peluang baru,
3) Selalu berorientasi kepada tindakan (action oriented)
4) Seorang pemimpi besar, meskipun mimpinya tidak selalu dapat direalisasikan,
5) Tidak malu untuk memulai sesuatu, walau dari skala kecil,
6) Tidak pernah memikirkan untuk menyerah, selalu mencoba lagi,
7) Tidak pernah takut gagal.

Alam pikiran seorang wirausaha seperti yang digambarkan diatas mendorong sifat-sifat kreatif dan inovatif, sehingga sifat-sifat tersebut seolah-olah melekat kepada seorang wirausaha. Ditinjau dari aspek kreativitas dan inovatif seorang wirausaha sering diidentifikasikan sebagai orang yang secara sistematis menerapkan kreativitas atau gagasan-gagasan baru dan inovasi/penerapan gagasan baru kepada kebutuhan-kebutuhan dan peluang disesuaikan dengan perkembangan pasar.

2.4.3. Mengukur Daya Kreativitas

Ada "empat P" (four P's), yaitu *"product", "possibilities", "processes"/ techniques* dan *"personal and group creativity"*, merupakan suatu komponen untuk dapat menghasilkan suatu inovasi dari beberapa kreasi. Produk/inovasi tidak bisa ada apabila tidak didukung oleh hal-hal lainnya. Memahami "empat P" adalah untuk menjawab tantangan (tujuh tantangan), sekaligus untuk dapat memanfaatkan peluang. Ada empat jenis inovasi yang merupakan hasil dari proses kreasi yaitu *product, prosses, marketing* dan *management.*

Dalam mengukur daya kreativitas mengacu pada penjabaran hal di atas yaitu dengan membagi variabel daya kreativitas menjadi empat sub variabel sebagai berikut:

1) *Product* terdiri dari motif, model dan kualitas.
2) *Process* terdiri dari pengembangan kemampuan karyawan, administrasi/ keuangan dan produksi.
3) *Marketing* terdiri dari promosi, standar harga, jalur distribusi dan kondisi pelanggan.
   Management terdiri dari bagaimana mneghadapi persaingan global, tuntutan teknologi, tantangan krisis dan kepuasan pelanggan.

2.5. Ketahanan Usaha

Dalam situasi perekonomian yang tidak stabil akibat perubahan iklim politik yang mengakibatkan krisis ekonomi yang berkepanjangan memberikan aneka warna kondisi usaha yang ada di negara kita ini. Berbagai dampak akibat krisis ekonomi terhadap usaha, khususnya usaha kecil. Ada yang terhempas/kandas, ada yang bertahan bahkan ada yang melejit berkembang. Secara umum berdampak pada kandasnya usaha-usaha di negara kita. Hanya sebagian kecil yang mampu bertahan atau justru berkembang, mereka adalah karena faktor kebetulan saja atau karena pasar mereka internasional sementara bahan baku dari dalam negeri. Selain itu ketahanan usaha juga ditentukan oleh faktor kreativitas dan motivasi para pengusaha dalam menghadapi iklim ekonomi.

2.5.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketahanan Usaha

Banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan usaha selain yang diuraikan di atas. Faktor-faktor tersebut bersifat sangat umum, tidak relatif dengan kondisi pengusaha, seperti yang sedang penulis lakukan analisis. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya tahan suatu usaha atau perusahaan adalah :

1) Jenis usaha
   Usaha manufaktur lebih berdaya tahan dibandingkan usaha konstruksi. Perusahaan yang mengadakan perubahan-perubahan dalam delapan tahun pertama cenderung lebih sukses.
2) Letak geografis
   Bisa juga tidak ada pengaruhnya namun terkadang ada hubungan antara jenis usaha dan lokasi. Usaha yang sama lokasinya cenderung berdekatan, hal ini dapat menguntungkan sebagian orang bisa juga merugikan.
3) Besarnya perusahaan pada waktu dibangun
   Perusahaan dengan tenaga kerja 1,2,3 orang pada permulaan pendirian cenderung gagal. Sebaliknya 4 orang ke atas cenderung sukses, karena faktor seleksi alam. Artinya mereka yang bertahan adalah mereka yang terbaik. Jadi jika sumber daya manusia terlalu sedikit pada saat tertentu akan habis.
4) Tingkat pertumbuhan
   Tingkat pertumbuhan dialami sesudah beroperasi enam tahun (50%), kurang dari enam tahun cenderung belum stabil sehingga mudah goyah jika terjadi perubahan-perubahan tertentu.
5) Tingkat persaingan
   Tidak ada pengaruhnya terhadap daya tahan perusahaan (perbedaan antara Schumpeter dan Neo klasik) jika memiliki keunggulan dalam bersaing, namun dapat sebaliknya yang terjadi.

Dari faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan suatu usaha dapat kita analisis bahwa seorang wirausaha harus dapat mengontrol dengan baik faktor-faktor yang mempengaruhi daya tahan suatu usaha, termasuk pertumbuhannya.Kepada para wirausaha/pengusaha disarankan untuk melakukan pemilihan jenis usaha yang tepat, menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, pemilihan besarnya usaha yang tepat pada saat memulai usaha dan kerja keras pada saat pertumbuhan.

2.5.2. Mengukur Ketahanan Usaha

Untuk mengukur variabel ketahanan usaha dengan cara mengolah data kualitatif menjadi kuantitatif menurut skala Likert, seperti halnya pada variabel-variabel sebelumnya. Dalam variabel ini yang ketahanan usaha meliputi atas :

1) *Finance* terdiri dari kecukupan modal usaha, laba/pendapatan, asset/kekayaan, dan omset/volume penjualan.
2) *Marketing* terdiri dari kekuatan pelanggan, kemampuan memperluas pasar, kemampuan memperluas pelanggan dan keunggulan produk.
3) *Operation* terdiri dari pengadaan bahan baku, kapasitas produksi, kondisi mesin, dan tata letak ruang kerja/produksi.
4) *Human Resources & Organization* terdiri dari kondisi karyawan, hubungan karyawan dan pemilik, bentuk organisasi serta lama berusaha (waktu).

2.6 Kerangka Pemikiran

Dalam melangsungkan dan mempertahankan usaha/bisnis pada usaha skala kecil seperti dalam survey yang sudah dilakukan yaitu pada industri simping , banyak permasalahan yang dihadapi dan seharusnya dicarikan solusinya. Pada saat ini dimana krisis ekonomi dan krisis mental sedang melanda bangsa Indonesia sangat mempengaruhi kinerja usaha kecil. Sebagian dari mereka ada yang bangkit, bertahan ataupun justru terhempas kandas usahanya, semuanya tergantung banyak faktor seperti yang sudah disebutkan pada latar belakang permasalahan.

Usaha kecil pada posisi terhempas/kandas tentunya tidak ingin dalam kondisi yang merugi terus menerus. Mereka ingin bangkit dan berusaha untuk merubah nasibnya, bagaimana usahanya dapat bangun kembali dan hidup seperti mereka yang mampu bertahan bahkan semakin maju. Seorang pengusaha/wirausaha tentunya bukan orang yang mudah menyerah pada keadaan dan berdiam diri tanpa ada yang diperbuat untuk merubah masa depan dirinya dan usahanya. Kegagalan bagi mereka adalah tantangan bukan ancaman, oleh karena itu mereka berusaha dengan penuh percaya diri, dengan segala resiko yang harus diterimanya, mereka tetap berorientasi pada hasil yang gemilang dan selalu berorientasi ke depan. Bagi mereka masa lalu adalah cambuk untuk mencapai kesuksesan di masa yang akan datang.

Motivasi berhasil merupakan salah satu karakteristik wirausaha yang sukses (Zimmerer & Scarborough, 1996:6). Seorang wirausaha mempunyai motivasi untuk bekerja lebih baik dan lebih unggul dari apa yang sudah dia kerjakan. Mereka tidak pernah puas dengan apa yang sudah dikerjakan. Pengertian dan pemahaman tentang motivasi berhasil oleh Mc. Clelland (1992:92-112) dalam (Gibson, 1996: 200) telah melakukan penelitian yang ekstensif dalam mengembangkan teoriberhasil. Teori kebutuhan untuk berhasil yang dipelajari erat hubungannya dengan konsep belajar. Teori ini menyatakan bahwa seseorang dengan suatu kebutuhan yang kuat akan termotivasi untuk menggunakan tingkah laku yang sesuai guna memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan seseorang dipelajari dan kebudayaan suatu masyarakat. Dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi motivasi kerja yang terungkap di atas, penelitian ini menelaah masalah motivasi kerja sebagai dorongan untuk memenuhi kebutuhan menurut Mc. Clelland (Robbin, 1993:212).

Pada dasarnya motivasi seseorang ditentukan oleh tiga kebutuhan yaitu :

1. Kebutuhan akan kekuasaan *(need for power}*
2. Kebutuhan akan afiliasi *(needfor affiliation}*
3. Kebutuhan akan keberhasilan *(need for achievement)*.

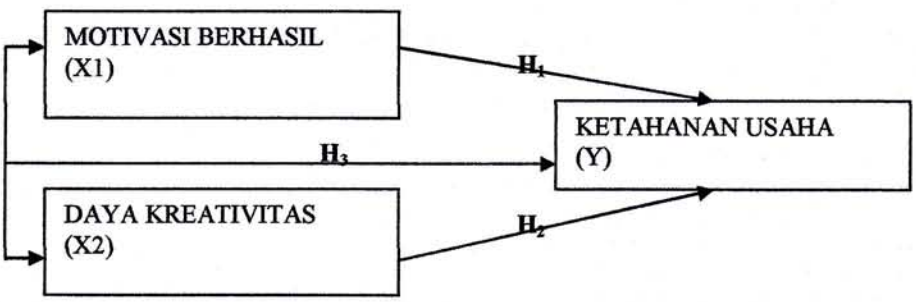
Teori ini berusaha menjelaskan tingkah laku yang berorintasi kepada berhasil*(achievement-oriented behaviour}* yang didefinisikan sebagai tingkah laku yang diarahkan terhadap tercapainya *standard of excellence.*Menurut teori tersebut, seseorang yang mempunyai need for achievement yang tinggi selalu mempunyai pola pikir tertentu, ketika ia merencanakan untuk melaksanakan sesuatu, selalu mempertimbangkan apakah pekerjaan yang akan dilakukan itu cukup menantang atau tidak. Seandainya pekerjaan itu cukup memberikan tantangan, maka kemudian ia memikirkan kendala-kendalanya apa yang mungkin dihadapi dalam pencapaian tujuan, strategi apa yang dapat digunakan untuk mengatasi kendala dan mengantisipasi konsekuennya. Ciri lain dari *need for achievement* tinggi adalah kesediaannya

untuk memikul tanggung jawab sebagai konsekuensi usahanya, berani mengambil resiko yang sudah diperhitungkan, kesediaan untuk mencari informasi untuk mengukur kemajuanya dan ingin kepuasan dari apa yang telah dikerjakannya. Menurut teori kebutuhan tersebut dalam praktek bisnis dapat dilihat dari perbedaan para pelaku bisnis itu sendiri.Pada seorang manajer konvensional membiarkan bisnis berjalan sebagaimana adanya.Tetapi wirausahawan yang *high n ach* mengamati trend bisnis saat ini untuk mengantisipasi perubahan bisnis di masa mendatang.Ia menyusun rencana bisnis yang menjangkau ke masa depan dan kemudian bekerja keras untuk mewujudkannya. Manajer konvensional menjalankan reaktif manajemen tetapi wirausahawan *high n ach* tahu bahwa jika ia hanya menunggu bola maka goal tidak akan terjadi, Ia takkan pernah jadi pemenang. Ia harus menjemput bola karena itulah hakekat dari proaktif manajemen.

Sifat lain yang melekat pada seorang pengusaha/wirausaha untuk mempertahankan usahanya adalah sifat kreatif dan inovatif. Suatu perusahaan yang dapat bertahan dan bahkan terus berkembang dengan menghasilkan laba bukan hanya suatu faktor keburuntungan saja, akan tetapi berkat kerja keras dari para pengelolanya dan usaha-usaha yang terus menerus dilakukan dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi dan dalam memanfaatkan peluang-peluang. Kemampuan untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang tersebut didasi sifat kreativitas dari para pengelolanya, yaitu kemampuan untuk menciptakan gagasan baru dan menemukan cara baru dalam menyikapi masalah dan memanfaatkan peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan gagasan - gagasan baru atau pemecahan kreatif terhadap berbagai masalah dan dalam memanfaatkan peluang. Pengertian kreativitas dan inovasi secara singkat sering dianalogikan :*creativity = thinking new thing, innovation = doing new things.* (James M. Higgins ; 1995)

Kreativitas tidak selalu dihasilkan dari sesuatu yang tidak ada, sering sekali merupakan perbaikan dari sesuatu yang telah ada.Sering juga gagasan baru timbul secara kebetulan.Alam pikiran seorang wirausaha seperti digambarkan di atas mendorong sifat-sifat kreativitas dan inovatif, sehingga sifat-sifat tersebut seolah-olah melekat kepada seorang wirausaha.Ditinjau dari aspek kretivitas dan inovatif seorang wirausaha sering diidentifikasikan sebagai orang yang secara sistematis menerapkan kreativitas atau gagasan-gagasan baru dan inovasi atau penerapan gagasan baru kepada kebutuhan-kebutuhan dan peluang disesuaikan dengan perkembangan pasar.

Masih banyak lagi sifat-sifat atau karakteristik lain yang dimiliki oleh seorang wirausaha/pengusaha, yang mana sangat erat dengan aktivitas usahanya pada saat ini. Namun dua sifat seorang wirausaha yang diuraikan di atas yaitu motivasi berhasil dan daya kreativitas cukup menentukan pencaian bertahannya suatu usaha.Pada saat ini bangkitnya suatu usaha yang telah terpuruk untuk dapat bertahan hidup kembali memang tidak mudah karena banyak faktor-faktor eksternal yang menentukan.Dengan mengukur dua karakteristik wirausaha kita dapat melihat kemungkinan usaha kecil dapat mencapai suatu ketahanan usaha bahkan kemajuan usaha pada masa mendatang.Pada uraian di atas nampak bahwa ada korelasi yang erat antara motivasi berhasil dan daya kretivitas terhadap ketahanan usaha.Sehingga dapat digambarkan hubungan antara variabel-variabel tersebut yang terlihat pada gambar 2.5



Gambar 2.3
Paradigma Penelitian Pengaruh Motivasi Berhasil dan Daya Kreativitas terhadap ketahanan usaha

2.7. Hipotesis

Telah teruraikan dengan cukup jelas, maka berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penelitian dan kerangka pemikiran, maka penulis memmuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Motivasi berhasil berpengaruh terhadap ketahanan usaha,
2. Daya kreativitas berpengaruh terhadap ketahanan usaha,
3. Motivasi berhasil dan daya kreativitas berpengaruh terhadap ketahanan usaha.

III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah pengusaha/usaha industri simping di Kota Purwakarta yang secara umum tersimping di daerah Binong Jati Kecamatan Batununggal, sedangkan yang lainnya tersebar di penjuru Kota. Penelitian ini mencakup motivasi berhasil, daya kreativitas dan ketahanan usaha dalam tantangan krisis dan era globalisasi. Untuk mengukur motivasi berhasil seorang pengusaha dilihat dari *need for achivement, need for afiliation* dan *need for power.* Mengukur daya kreativitas dilihat dalam hal *product, process, marketing* dan *management.*Sedangkan ketahanan usaha dilihat dari *finance, marketing, operations* serta *human resources & organizations.*

3.2. Metode Penelitian

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptif survey* dan *explanatory survey.*Data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan sekunder.

3.3 Tehnik Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha industri simping, seluruhnya berjumlah 200-anpengusaha. Jumlah yang tidak pasti karena sampai saat ini belum ada pendataan khusus tentang pengusaha simping, jadi merupakan sebuah perkiraan namun mendekati benar. Untuk menentukan besarnya ukuran sampel (n) maka digunakan *level of significance* sebesar 5% (α = 0,05) dengan kuasa uji *(power of the test)* sebesar 95% (β = 0,05),. Sehingga dari hasil perhitungan secara iterasi ketiga diperoleh n = 45. Pada penelitian ini, penulis mengambil sampel sebesar 50 orang dari populasi sekitar 200-an orang. Selanjutnya teknik pengambilan sampel dilakukan secara sampel acak sederhana (*simple random sampling*)

3.4 Tehnik Pengumpulan

Adapun tehnik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah melalui penelitian kepustakaan, penelitian lapangan: observasi, wawancara, dan kuesioner,

3.5 Metode Analisis

Analisis data dilakukan terhadap semua data yang diperoleh, agar data dapat memberikan gambaran tentang pengaruh motivasi berhasil dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha. Metode analisa data yang digunakan dibagi menjadi dua bagian, yaitu analisa deskriptif dan analisa verifikatif.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif adalah pengkuantitatifan data-data yang bersifat kualitatifdengan cara mengolah data dengan sistem skor, yaitu memberikan nilai kepada variabel-variabel yang telah diintepretasikan menurut kriteria datanya. Dari data usaha dan pengusaha yang diinventarisir, sejumlah data yang diperoleh berdasarkan kebutuhan masing-masing indikator variabel tersebut, kemudian dipersentasikan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} x100\%$$

Keterangan :

P = Jumlah persentase jawaban responden
F = Jumlah frekuensi jawaban responden
N = Jumlah responden

Untuk mengetahui penilaian, yaitu skor kenyataan dari setiap indikator diperoleh dengan cara perhitungan skala interval yang ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{Skt_n - Skr_n}{N}$$

Keterangan :

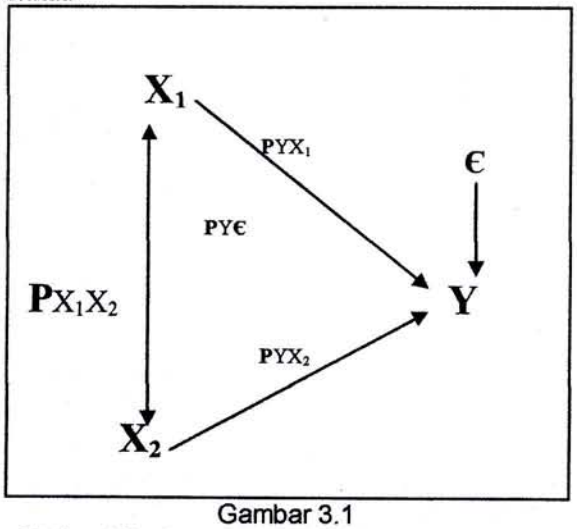
I = Interval
Skt = Skor tertinggi
Skr = Skor terendah
N = Jumlah criteria/kategori
n = Jumlah responden

3.5.2. Analisis Verifikatif

Teknik analisis data secara verifikatif yang dipergunakan di dalam penelitian ini adalah analisis jalur/*pathanalisis.* Analisis jalur pada dasarnya merupakan suatu metoda untuk mengkaji pengaruh dari variabel-variabel yang disajikan sebagai sebab *effects* (akibat).

Setelah data diketahui masing-masing signifikannya, maka dapatlah dihitung korelasi datanya antara variabel dependen dan variabel-variabel independen yang selanjutnya data tersebut diinvestkan menjadi invest korelasi data.

Pada tahap selanjutnya setelah pengolahan data baru dapat dilihat pengaruh dari masing-masing variabei independen terhadap variabel dependen. Path analysis dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 3.1
Struktur Hubungan Motivasi Berhasildan Daya Kreativitas terhadap Ketahanan Usaha

3.6. Rancangan Pengujian Hipotesis

Dalam membuat rancangan pengujian hipotesis terlebih dahulu melihat kriteria analisis jalur untuk mengetahui pengaruh Xi dan X_2terhadap Y adalah sebagai berikut :

a. Jika $F_{hit} \geq F_{tab}$ dengan taraf signifikan 0.05 maka pengujian signifikan atau adapengaruh yang nyata dari X1 dan X_2 atau setidaknya dari salah satunya terhadapvariabel terikat Y.
b. Jika $F_{hit} < F_{tab}$ dengan taraf signifikasi 0.05 maka pengujian 0 signifikasi dan tidak ada pengaruh yang nyata dari X1 dan X_2 terhadap Y.

Sedangkan kriteria ketentuan variabel Xi dan X_2 secara individu (sendiri-sendiri) terhadap Y adalah ;

a. Jika $t_{hit} \geq t_{tab}$ dengan taraf signifikasi 0.05 maka pengujian signifikasi berartipengaruh masing-masing X1 dan X_2 terhadap Y.
b. Jika $t_{hit} < t_{tab}$ dengan taraf signifikasi 0.05 maka pengujian 0 signifikasi dan berarti tidak ada pengaruh yang nyata dari masing-masing X1 dan X_2 terhadap Y. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel penelitian menurut criteria Guilford

Dengan melihat kriteria-kriteria tersebut di atas maka rancangan pengujian hipotesis yang mungkin adalah sebagai berikut:

Hipotests 1

HO : Tidak terdapat pengaruh motivasi berhasil terhadap ketahanan usaha.
HI : Terdapat pengaruh motivasi berhasil terhadap ketahanan usaha.

Hipotesis 2

HO :Tidak terdapat pengaruh daya kreativitas terhadap ketahanan usaha.
HI : Terdapat pengaruh daya kreativitas terhadap ketahanan usaha.

Hipotesis 3

HO : Tidak terdapat pengaruh motivasi berhasil dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha.
HI : Terdapat pengaruh motivasi berhasil dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Deskripsi Penelitian

4.1.1 Motivasi berhasil

Hasil penilaian terhadap sub variabel *Need For Achievement* ataumotivasi untukberhasil ataumencapai sesuatupara pengusaha di Industri Simping Purwakarta diperoleh rata-rata skor 258.8, termasuk dalam kategori cukup. Hal ini berarti bahwa para pengusaha di Industri Simping belum sepenuhnya memiliki motivasi berhasil. Sedangkan motivasi *Need For Affiliation* atau kebutuhan untuk bekerja sama diperoleh skor 232 termasuk dalam kategori kurang, berarti motivasi untuk dapat bekerja sama para pengusaha di Simping Usaha Simping kurang. Demikian juga halnya motivasi *Need For Power, yaitu*kebutuhan untukmemperolehwewenang ataukekuatan/kekuasaan diperoleh skor rata-rata 212, termasuk dalam kategori kurang. Hal ini mengisyaratkan bahwa para pengusaha di Simping Industri Simping rata-rata cukup memiliki motivasi berhasil, di dalam aktivitas usahanya.

4.1.2 Daya Kreativitas

Hasil penilaian terhadap sub variabel *Product* para pengusaha di Industri Simping dapat dilihat hasil penilaian terhadap pengembangan *motif product* para pengusaha di Industri Simping diperoleh skor 269, termasuk dalam kategori cukup; selanjutnya dilihat dari daya tingkat pengembangan model diperoleh rata-rata skor 268, termasuk dalam penilaian cukup; demikian halnya dalam peningkatan mutu/kualitas diperoleh skor 278, termasuk dalam penilaian cukup. Secara keseluruhan daya kreativitas produk para pengusaha Industri Simping rata-rata cukup memiliki daya kreativitas produk yang cukup dengan rata-rata skor (273,7) dalam aktivitas usahanya. Selanjutnya dalam sub variabel process, diperoleh rata-rata skor 213, termasuk dalam penilaian kurang, demikian juga penilaian terhadap sub variabel *Marketing* para pengusaha di Industri Simping , diperoleh rata-rata skor 226, termasuk dalam kategori kurang; selanjutnya daya kreativitas dalam sub variabel management diperoleh rata-rata penilaian 224.5, termasuk dalam kategori kurang. Secara keseluruhan daya kreativitas para pengusaha di Industri Simping rata-rata diperoleh skor 234.3 yang berarti cukup memiliki daya kreativitas di dalam aktivitas usahanya.

4.1.3 Ketahanan Usaha

4.1.3.1. Hasil penilaian terhadap Sub Variabel *Finance* para pengusaha di Industri Simping adalah sebagai berikut:

1). Hasil penilaian terhadap kecukupan modal usaha yang dimiliki oleh para pengusaha di Industri Simping , bahwa para pengusaha di Industri Simping yang memiliki kecukupan modal usaha sebesar 49% dari harapan yang ingin dicapai.

2). Hasil penilaian terhadap laba/pendapatan usaha yang dimiliki oleh para pengusaha di Industri Simping , bahwa para pengusaha di Industri Simping yang memiliki ketahanan usaha dilihat dari laba/pendapatan sebesar 49% dari harapan yang ingin dicapai.

3). Hasil penilaian terhadap asset/kekayaan yang dimiliki oleh para pengusaha di Industri Simping , bahwa yang memiliki ketahanan usaha dilihat dari asset/kekayaan yang dimiliki sebesar 56% dari harapan yang ingin dicapai.

4). Hasil penilaian terhadap omset usaha yang dimiliki oleh para pengusaha di Industri Simping , bahwa bahwa para pengusaha di Industri Simping yang memiliki ketahahan usaha dilihat dari omset yang dimiliki sebesar 44% dari harapan yang ingin dicapai.

4.1.3.2 Hasil penilaian terhadap Sub Variabel *Marketing* para pengusaha di Industri Simping sebagai berikut:
1) Para pengusaha di Industri Simping diiihat dari aspek *marketing* melalui kekuatan pelanggan yang dimiliki sebesar 55% dari harapan yang ingin dicapai.
2). Para pengusaha di Industri Simping dilihat dari aspek *marketing* melalui kemampuan memperluas pasar yang dimiiiki sebesar 41% dari harapan yang ingin dicapai.
3) Para pengusaha di Industri Simping dilihat dari aspek *marketing* melalui kemampuan memuaskan pelanggan yang dimiiiki sebesar 50% dari harapan yang ingin dicapai.
4) Para pengusaha di Industri Simping dilihat dari aspek *marketing* melalui keunggulan produk yang dimiiiki sebesar 54% dari harapan yang ingin dicapai.

4.1.3.3. Hasil penilaian terhadap Sub Variabel *Operations* para pengusaha di Industri Simping adalah sebagai berikut:
1). Para pengusaha di Industri Simping dilihat dan aspek *operations* melalui kemampuan dalam pengadaan bahan baku yang dimiliki sebesar 96% dari harapan yang ingin dicapai.
2) Para pengusaha di Industri Simping dilihat dari aspek *operations* melalui kapasitas produksi yang dimiliki sebesar 57% dari harapan yang ingin dicapai.
3) Para pengusaha di Industri Simping dilihat dari aspek *operations* melalui kondisi mesin yang dimiliki sebesar 52% dan harapan yang ingin dicapai.
4) Para pengusaha di Industri Simping dilihat dari aspek *operations* melalui tata letak ruang yang dimiliki sebesar 40% dari harapan yang ingin dicapai.

4.1.3.4. Sub Variabel *Human Resources & Organization*

Hasil penilaian terhadap Sub Variabel *Human Resources & Organization* para pengusaha di IndustriSimping sebagai berikut:
1) Para pengusaha di Industri Simping dilihat dari aspek *human resources & organizations* melalui kondisi karyawan yang dimiliki sebesar 52% dari harapan yang ingin dicapai.
2) Para pengusaha di IndustriSimping dilihat dari aspek *human resources & organization* melalui hubungan karyawan dan pemilik sebesar 55% dari harapan yang ingin dicapai.
3) Para pengusaha di IndustriSimping diiihat dari aspek *human resources & organization* melalui bentuk organisasi yang dimiliki sebesar 33% dari harapan yang ingin dicapai.
4) Para pengusaha di IndustriSimping dilihat dari aspek *human resources &organization* melalui lama berusaha yang sudah dilalui sebesar 41% dari harapan yang ingin dicapai.
Rekapitulasi penilaian terhadap motivasi berhasil para pengusaha/wirausaha di Industri Simping diperoleh nilai 50% yang artinya bahwa para pengusaha industri simping di rata-rata memiliki motivasi berhasil yang kurang baik. Untuk mencapai ketahanan usaha mereka masih perlu meningkatkannya agar dalam segala aspek produksi lebih stabil dan benar-benar survive mengahadapi ancaman-ancaman baik dari dalam maupun dan luar organisasi/kelompok mereka.

Penilaian terhadap daya kreativilas para pengusaha/wirausaha di Industri Simping diperoleh nilai 52% yang artinya bahwa bahwa para pengusaha industri simping di rata-rata memiliki daya

kreativitas yang sudah cukup baik. Namun untuk meneapai ketatahanan usaba mereka masih perlu meningkatkannya terutama dalam hal manajemen.

Penilaian terhadap ketahanan usaha para pengusaha/wirausaha di Industri Simping diperoleh nilai 52% yang artinya bahwa bahwa para pengusaha industri simping di rata-rata memiliki ketahanan usaha yang sudah cukup baik. Namun untuk meneapai menghadapi persaingan global dan tantangan krisis ini mereka masih perlu meningkatkannya agar ancaman-ancaman baik dari lingkungan dalam maupun dari luar organisasi/kelompok mereka dapat teratasi dan dalam jangka panjang benar-benar survive.

Penilaian secara kcseluruhan terhadap motivasi berhasil, daya kreativitas dan ketahanan usaha para pengusaha/wirausaha di Industri Simping diperoleh nilai 51% yang artinya bahwa bahwa para pengusaha industri simping rata-rata memiliki motivasi berhasil, daya kreativitas dan ketahanan usaha yang kurang baik. Dengan kondisi tersebut maka mereka hanya dapat bertahan dalam skala ekonomi yang minim karena hanya dapat memiliki arti di lingkungan usahanya sendiri. Jika mereka dapat meningkatkan ketiga hal tersebut maka dalam jangka panjang akan memberi manfaat yang lebih luas, karena lingkungan yang menerima dampak positif dari perkembangan usaha tersebut juga luas. Hal ini selain usaha dari pengusaha itu sendiri perlu didukung dari pihak lain seperti pemerintah dan institusi swasta dalam bidang manajemen dalam arti yang luas.

Pengaruh variabel motivasi berhasil secara parsial terhadap ketahanan usaha ditunjukan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,58 atau koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 33,64%. Nilai korelasi parsial sebesar r = 33,64% menunjukan hubungan positif yang cukup kuat antara variabel bebas dengan variabei terikat. Sedangkan koefisien determinasi sebesar r = 33,64% berarti sumbangan variabel bebas terhadap naik turunnya ketahanan usaha (Y) dan sisanya yaitu 66,36% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Pengaruh variabel daya kreativitas secara parsial terhadap ketahanan usaha adalah cukup kuat yang ditunjukan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,43 atau koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar = 18,49%. Nilai korelasi parsial sebesar r = 18,49% menunjukan hubungan positif yang cukup kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sedangkan koefisien determinasi sebesar r = 18,49% berarti sumbangan variabel bebas (X_2) terhadap naik turunnya ketahanan usaha (Y) dan sisanya yaitu 81,51% disebahkan oleh faktor-faktor lain.

Untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap ketahanan usaha, digunakan teknis analisis jalur dimana akan diketahui besarnya pengaruh langsung dari masing-masing variabel bebas yang terdiri dari motivasi berhasil dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha. Besarnya pengaruh langsung dapat diketahui dari besarya koefisien jalur dari setiap variabel yang dilibatkan dalam penelitian ini.

1) Pengaruh X_1 terhadap Y = $PYX_1 = (0{,}558)^2 = 0{,}311 \times 100\% = 31{,}1\%$
2) Pengaruh X_2 terhadap Y = $PYX_2 = (0{,}415)^2 = 0{,}172 \times IOO\% = 17{,}2\%$

Dari hasil data di atas terlihat bahwa pengaruh langsung variabel X_1 yaitu motivasi berhasil terhadap ketahanan usaha adalah paling besar yaitu 31,1% sedangkan X_2 yaitu daya kreativitas adalah sebesar 0,172 atau 17,2%.

4.5.1. Pembahasan Hipotesis

Hipotesis Pertama

Pada hipotesis pertama disebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel motivasi berhasil secara parsial terhadap ketahanan usaha para pengusaha di IndustriSimping .

Beberapa teori motivasi menerima H_1,dari rumusan di atas berarti bahwa semakin besar motivasi beberhasil seorang pengusaha maka akan semakin tinggi ketahanan usahanya dan sebaliknya semakin rendah motivasi berhasil seorang pengusaha maka akan semakin rendah pula kelahanan usahanya. Ketahanan usaha merupakan suatu keadaan atau kondisi dimana usaha dapat tetap survive dalam iklim bisnis yang ada. Banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan usaha terutama pada usaha kecil seperti industri simpingdi .Sudah disebutkan hal-hal yang mempengaruhi kelahanan usaha dengan analisis teknis, secara personal dapat dilihat dari unsur manusianya yaitu dari sisi motivasi kewirausahaannya terutama motivasi berpreslasi dalam berwirausaha. Seorang wirausaha/pengusaha dalam usaha apapun

pasti memiliki motif tertentu dan motivasi untuk mencapai sesuatu, dalam kajian ini adalah motivasi berhasil seorang pungusaha pada industri simping .Motivasi berhasil memiliki arti yang cukup luas pada seorang pengusaha dan berbeda dengan motivasi berhasil pada profesi lainnya. Motivasi berhasil pada seorang pengusaha pada umumnya mencakup kebutuhan untuk berhasil, kebuluhan untuk berkuasa dan kebutuhan untuk bekerja sama dengan orang lain dalam masyarakat. Dari tiga hal tersebut banyak hal yang harus dilakukan, sehingga secara teknis seorang pengusaha akan melakukan usaha-usaha untuk mencapai berhasilnya. Usaha-usaha nyata untuk mencapai berhasil seorang pengusaha hasilnya akan mempengaruhi ketahanan usahanya.

Dari perhitungan dengan statistik uji yang digunakan adalah uji t maka didapat bahwa t hitung pada variabel X_1 atau motivasi berhasil adalah 7,761 yang mana nilainya lebih besar dari t tabel = 1,9973 pada taraf nyata a = 0,05 (2 tailed). Hal ini menunjukan bahwa Ho ditolak dan H_1diterima.Jadi terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel motivasi berhasil secara parsial terhadap ketahanan usaha.

4.5.1.2. Hipotesis Kedua

Teori kreativitas menerima H_1, dari rumusan tersebut berarti bahwa semakin besar daya kreativitas seorang pengusaha maka akan semakin tinggi ketahanan usaha dan sebaliknya semakin kecil daya kreativitas seorang pengusaha maka akan semakin rendah kelahanan usaha. Daya kreativilas seorang pengusaha sangat mempengaruhi ketahanan usaha. Kemampuan untuk berfikir kreatif dan inovatif sangat diperlukan oleh seorang pengusaha. Kemampuan berkreatif dan berinovasi akan menghasilkan keuntungan yang efisien dan efektif baik dalam menyelesaikan masalah-masalah usaha maupun dalam menjalankan produklivilas dan manajemen usaha secara rutin. Seorang pengusaha yang kreatif akan dapat menjalankan bisnisnya dengan penuh perhitungan, sehingga spekulasi yang dilakukan mengandung resiko yang rendah dan terukur. Segala permasalahan tidak dibiarkan berlarut dan menumpuk. Pada jangka panjang pengusaha yang selalu menggali daya kreativitas akan cenderung memiliki usaha yang survive atau bertahan dalam krisis ekonomi dan era globalisasi sekalipun, karena mereka selaiu berfikir kreatif/inovatif dalam menjalankan usahanya dan tidak pernah menyerah dalam situasi apapun, karena mereka selalu berbuat sesuatu yang memiliki nilai terhadap usahanya.

Setelah dilakukan uji t maka di dapat bahwa t hitung pada variabel X_2 atau daya kreativitas sebesar 5,762 yang mana nilainya lebih besar dan t tabel yaitu 1,9873 pada taraf nyata α = 0,05 (2 tailed). Hal ini menunjukan bahwa Ho ditolak dan H_1diterima. Jadi terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel daya kreativitas secara parsial terhadap ketahanan usaha pada industri simping .

4.5.1.3. Hipotesis Ketiga

Teori motivasi dan kreativitas menerima H_1dan menolak H_o, dari rumusan tersebut berarti bahwa semakin besar motivasi berhasil dan daya kreativitas seorang pengusaha akan semakin tinggi ketahanan usaha dan sebaliknya semakin rendah motivasi berhasil dan daya kreativitas semakin rendah pula ketahanan usahanya. Motivasi berhasil dan daya kreativitas memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap ketahanan usaha. Bertahannya suatu usaha dalam lingkungan bisnis yang sangat fluktuatif banyak ditentukan oleh kondisi lingkungan luar yang tidak dapat dikendalikan. Namun yang lebib menentukan adalah lingkungan dalam, terulama dalam diri si pengusaha itu sendiri. Sifat atau karakter seorang pengusaha sangat menentukan dalam menentukan maju mundumya usaha yang dijalankannya. Sifat atau karakter yang menentukan existnya siklus bisnis antara lain adalah motivasi berhasil dan kemampuan menggali kreativitas kewirausahaan. Kedua hal lersebul berdampak sangal luas dalam kehidupan seorang wirausaha, karena kedua hal tersebut haruslah dimiliki oleh seorang pengusaha. Tinggi rendahnya motivasi berhasil dan daya kreativitas menentukan ketahanan usaha mereka. Oleh karena itu seorang wirausaha jangan sampai tidak memiliki motivasi berhasil dan daya kreativitas, karena jika mereka tidak memiliki usahanya tidak akan stabil dan tidak bertahan lama. Kedua sifat tersebut haruslah sudah melekat pada seorang pengusaha, sebab itulah ciri-ciri dari calon pengusaha sukses. Jadi kuncinya jika ingin sukses atau usahanya mampu

bertahan dalam situasi apapun, seorang pengusaha harus memiliki motivasi berpreslasi daya kreativilas yang kuat, jika belum mencapainya mereka dapat meningkatkannya de berbagai cara dan usaha secara berkala.

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan uji F maka didapat F hitur 321,628 yang lebih besar dari F tabel = 3,84981 pada taraf nyata α = 0,05 (2 tailed). De melihat hasil uji F berarti hipotesis ketiga yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh y signifikan secara simultan dari variabel motivasi berhasil dan daya kreativitas terh ketahanan usaha para pengusaha di Industri Simping dapat diterima atau terbukti.

1) Motivasi berhasil para pengusaha simping di Industri Binong Jati masih kurang sep kurang memiliki orientasi tujuan dan masa depan dari bisnisnya, kurang bisa memanfaa waktu sehingga banyak waktu yang terbuang, suka meniru-niru apa yang ada p lingkungan bisnisnya, kurang suka bekerja sama, si fat demokrasinya kurang, kurang s tolong-menolong, kurang mampu meyaktnkan orang/pelanggan/rekan bisnis, mobi kurang verlikal dan kurang suka memerintah (pendelegasian wewenang kurang).
2) Daya kreativitas para pengusaha simping di Industri Binong Jati masih kurang terut dalam usaha meningkatkan kemampuan karyawan, meningkatkan kemampuan adminis keuangan, melakukan promosi, menciptakan jalur distribusi yang stabiL menciptakan ko peianggan agar menjadi peianggan tetap, menghadapi persaingan yang semakin gl memenuhi tuntutan teknologi, menghadapi tantangan krisis., serta menciptakan kepu pelanggan.
3) Ketahanan usaha para pcngusaha simping di Industri Binong Jati masih kurang dilihat kecukupan modal usaha, laba/pendapatan setiap bulannya, omset/volume penju mingguan/bulanan, kemampuan memperluas pasar, kemampuan memuaskan peiang agar tidak kehingan peianggan, mengatur tata lelak ruang produksi agar nyaman da bekerja, benluk organisasi yang masih sangat sederhana dan asal-asalan dan pengala dalam berusaha yang masih kurang karena sebagian besar dari mereka adalah dadakan pengrajin karena situasi krisis yang menguntungkan.

Kesimpulan

1. Motivasi berhasil para pengusaha simping di Industri Simping masih kurang sep kurang memiliki orientasi tujuan dan masa depan dari bisnisnya, kurang bisa memanfaa waktu sehingga banyak waktu yang terbuang, suka meniru-niru apa yang ada p lingkungan bisnisnya, kurang suka bekerja sama, sifat demokrasinya kurang, kurang s tolong-menolong, kurang mampu meyakinkan orang/pelanggan/rekan bisnis, mobi kurang vertikal dan kurang suka memerintah (pendelegasian wewenang kurang).
2. Daya kreativitas para pengusaha simping di Industri Simping masih kurang terutama da usaha meningkatkan kemampuan karyawan, meningkatkan kemampuan adminis keuangan, melakukan promosi, menciptakan jalur distribusi yang stabil menciptakan ko pelanggan agar menjadi pelanggan tetap, menghadapi persaingan yang semakin gl memenuhi tuntutan teknologi, menghadapi tantangan krisis, serta menciptakan kepu pelanggan.
3. Ketahanan usaha para pengusaha simping di Industri Simping masih kurang dilihat kecukupan modal usaha, laba/pendapatan setiap bulannya, omset/volume penju mingguan/bulanan, kemampuan memperluas pasar, kemampuan memuaskan pelang agar tidak kehilangan pelanggan, mengatur tata letak ruang produksi agar nyaman da bekerja, bentuk organisasi yang masih sangat sederhana dan asal-asalan dan pengala dalam berusaha yang masih kurang.
4. Variabel motivasi berhasil secara parsial berpengaruh terhadap ketahanan usaha. Cu tingginya pengaruh variabel motivasi berhasil terhadap ketahahan usaha para pengusah Industri Simping dimungkinkan karena beberapa hal, seperti:

a) Memiliki rasa tanggung jawab terhadap keluarga, sehingga usaha yang dijalanipun ha dapat dipertanggungjawabkan,
b) Dengan sadar mcmanfaatkan waklu yang ada untuk menambah penghasilan kelua meskipun ada sumber lain karena tuntutan kebutuhan hidup yang tinggi,

c) Memiliki keberanian mengambil resiko dengan dasar bahwa orang-orang disekitarnya telah membuktikan bahwa bisnis simping cukup menguntungkan dan dapat dipelajari karena nara sumbernya banyak,
d) Dengan berbisnis melalui industri simping mereka merasa hidup lebih bermasyarakat, karena mereka mau tidak mau harus sering berkomunikasi dengan lingkungan bisnisnya jika ingin usahanya berkembang,
e) Mereka sadar bahwa untuk memajukan usaha memerlukan mobilitas vertikal yang cukup tinggi, seperti wawasan yang luas dan nara sumber (guru) tempat berkonsultasi yang banyak.

5. Daya kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap ketahanan usaha. Cukup tingginya pengaruh daya kreativitas terhadap ketahanan usaha para pengusaha di industri simping dimungkinkan karena :
a) Pengusaha simping umumnya menghasilkan produk yang cenderung menjiplak atau sedikit memodifikasi dari hasil contekannya produk yang sedang digemari masyarakat,
b) Kemampuan pengusaha dalam mengolah keuangan dan memproduksi barang masih sederhana, karena wawasan yang masih terbatas sehingga manajemen masih sangat tradisional
c) Pembeli/pelanggan baik dalam partai besar maupun kecil umumnya datang langsung ke lokasi, hal ini menyebabkan pengrajin tidak melakukan perluasan pasar dan tidak berani memperluas pasar, karena terbiasa menunggu pembeli datang dengan sendirinya,
d) Manajemen yang masih sederhana menyebabkan arah organisasi yang cenderung tidak berubah, bagi mereka yang mampu bertahan adalah sebagian karena faktor kebetulan artinya bukan karena suatu keadaan yang dikondisikan oleh pengusaha itu sendiri,
e) Pengrajin menganggap bahwa usaha yang sudah mereka jalankan belum memerlukan suatu perubahan manajemen karena usaha berstfat home industri.
6. Variabel motivasi berhasil dan daya kreativitas secara bersama-sama (simultan) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ketahanan usaha. Besarnya sumbangan variabel motivasi berhasil dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha ditunjukan oieh koefisien korelasi (R) sebesar 0,782 (78,2%) atau koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,6115 (61.15%). Nilai koefisien tersebut termasuk cukup. Dari nilai koefisien determinasi sebesar 61,15% berarti ada sebesar 38,85% yang dipengaruhi faktor lainnya yang diduga mempengaruhi ketahanan usaha antara lain yaitu;
a) Faktor individual yang bersangkutan baik pemilik maupun tenaga kerja yang ada, seperti sikap, tingkah laku, pola pikir, kebiasaan, budaya dan sejenisnya.
b) Faktor pekerjaan seperti umpan balik dari motivasi berhasil dan daya kreativitas serta rancangan pekerjaan itu sendiri.
c) Faktor organisasi seperti tujuan perusahaan, seleksi karyawan, kepemimpinan pengusaha, serta sistem reward/punishment baik secara sederhana maupun terorganisir dengan baik,
d) Lokasi usaha di sekitar yang saling berdekatan dan memiliki warna yang sama memberikan pengaruh yang kuat dalam menentukan perkembangan usaha mereka yang dapat berdampak positif dan negatif pada kondisi-kondisi tertentu,

Saran

1) Agar ketahanan usaha dapat meningkat maka motivasi berhasil ditingkatkan dengan cara: menciptakan/meningkatkan orientasi tujuan dan masa depan pada bisnisnya, mengatur waktu dengan baik sehingga waktu yang ada tidak terbuang, berusaha berkreasi dan mengurangi sifat suka meniru-niru apa yang ada pada lingkungan bisnisnya, bekerja sama baik dengan lingkungan di dalam rumah produksinya maupun dengan sesama pengrajin, sifat demokrasinya ditingkatkan, tolong-menolong sesama pengusaha diciptakan, belajar untuk dapat meyakinkan orang/pelanggan/rekan bisnis, menciptakan mobililas yang vertikal dan pendelegasian wewenang untuk pekerjaan-pekerjaan yang bersifat teknis atau non teknis. Hal ini juga dapat didukung dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan motivasi berhasil. Pengusaha jangan terlalu fokus pada proses produksi di dalam rumah tetapi juga melihat perkembangan di luar yang lebih menantang dan penuh dinamika. Pelatihan kepemimpinan dan kewirausahaan juga sangat mendukung agar motivasi berhasil

usaha dapat meningkat dan ketahanan usahapun meningkat pula baik pada jangka pendek maupun jangka panjang.

2) Agar ketahanan usaha dapat terus meningkat maka daya kreativitas ditingkatkan dengan cara : memberikan karyawan kesempatan untuk berkembang baik dalam produksi maupun administrasi, meningkatkan promosi, memperluas pasar/jalur distribusi, meningkatkan teknologi dan menyempurnakan arah organisasi sehingga persaingan global dan tantangan krisis dapat teratasi. Hal tersebut dapat didukung dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan penggalian daya kreativitas atau penyelesaian masalah dengan cara kreatif.

3) Para pengusaha secara umum sebaiknya lebih bersungguh-sungguh dalam berusaha. Janganlah usaha yang cukup prospek tersebut hanya dijadikan usaha yang asal-asalan atau sambilan saja atau sekedar mengikuti lingkungan sekitarnya yang sangat dominan dengan industri simping tersebut. Sangat disayangkan kesempatan yang ada jika tidak dioptimalkan. Jika para pengusaha dapat lebih meningkatkan motivasi berhasil dan daya kreativitas maka dalam jangka panjang cenderung akan dapat memperbaiki perekonomian keluarga mereka juga perekonomian di daerah sekitar bahkan dapat memberikan juga manfaat yang seluas-luasnya secara nasional yang berdampak positif dalam berbagai hal seperti mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan keluarga/masyarakat, meningkatkan pendapatan daerah/nasional, dan turut memperbaiki perekonomian nasional.

DAFTAR PUSTAKA

A. Dale Timpe, (1992). *Seri Ilmu dan Seni Manajemen Bisnis "Kretivitas".* Terjemahan terbitan Gramedia, Jakarta.

Akatiga, (1999). *Studi Monitoring Dampak Krisis Terhadap Usaha Kecil,* Akatiga, Purwakarta.

——— , (1999). "Jurnal Analisis Sosial", *Usaha Kecil pada Masa KrisisMumpukah Bangkit?.* Akaliga, Bandung.

Buchari Alma, Dr., (2000). *Kewirausahaan.*Penerbit Alfabeta, Bandung.

Bygrave, William, (2003). *The Portable MBA in Entrepreneurship,* John Wiley & Sons, Inc. Canada.

Data Monografi Kecamatan , Purwakarta, Juli 2003.

Gibson, James L., John M. Ivaneevich, & James H. Donneley Jr., (2001). *Organisasi dan Manajemen : Perilaku, Stuktur, proses.* Terjemahan Erlangga, Jakarta.

Hisrich, Robert D. and Peters, Michael P. (2001).*Entrepreneurship,* 3rd Edition, Mc. Graw Hill.

James M. Higgins, (1995). *The Handbook of New Ideas for Business "101Creative Problem Solving Techniques".* Dipublikasikan oleh Abdul Majeed &Co., Malaysia.

Michael E. Porter, (1993). *Competitive Advantage.*Collier Macmillan publishers, Inggris.

Milkovich, GT., and Boudreau, J.W., (1997). *Human Resources Management.*Allyn and Bacon, Boston.

Stephen Robbin, (2001).*Organizational Behaviour.*Eight Edition. Prentice Hall International Inc.

TAF, ISEI, PERHEPI, (1998). *Usaha Kecil Indonesia Tantangan Krisis dan Globalisasi.* Penerbitan CESS, Jakarta.

TAF, ISEI, PERHEPI, (1998). *Masalah-Masalah Diseputar Usaha Kecil Indonesia.*Penerbitan CESS, Jakarta.

Thomas W. Zimmerer and Norman, M. Scarborough, (1996). *Entrepreneurship and New Venture Formation,* Inc. Edition, Prentice Hall.

Uma Sekaran, (2002). *Research Methods For Business "Askill Building Approach".* Second Edition, John Wiley & Sons, Inc., Canada.

Yuyun Wirasasmita, Prof. Dr. MSc., (1994). *Buku Pegangan Kewirausahaan (suntingan).* UPT Penerbitan IKOPIN, Bandung

ISSN 2086-0455

