PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA USAHA
(Survey Pada : Sentra Industri Kerupuk Ciparay)

The influence of Entrepreneurship Behavior and Product Innovation on Business Performance (Survey To: Industrial Centre of Kerupuk Ciparay)

Fadly Muhamad Ardiansyah
E-mail : fadlyardiansyah3195@gmail.com
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Raeny Dwi Santy
E-mail : raeny.wijaya@gmail.com
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

ABSTRACT

This research was conducted to Business Executors of Industrial Center of Ciparay Crackers. The phenomenon that occurs is the central actors in entrepreneurial behavior less maximize in terms of task-oriented and results so that the development of business monotonous and less utilize the opportunities that exist.
The objective of this research is to know how big the influence of Entrepreneurship Behavior and Product Innovation on Business Performance (Survey At: Sentip Industri Keripuk Ciparay, partially and simultaneously.This method of research is descriptive and verification method.The unit of analysis in this research is the central actors amounted to 25 respondents The test statistic used is the test of validity, reliability, multiple regression analysis, correlation, coefficient of determination, hypothesis testing, and also using the help of SPSS 21 for windows application program. The results of the analysis show Entrepreneurship Behavior in the category quite well with the highest indicators have the lowest risk-taking and task-oriented and result-oriented. Product Innovation in the category is quite good with the highest indicators of product development and design changes. Business Performance category is quite good with the highest indicator of revenue growth and lowest sales growth. Nor the partial Entrepreneurship Behavior affects the Business Performance of 40.5%. Product Innovation Affects Business Performance by 36.3%. And simultaneously Entrepreneurship Behavior and Product Innovation give influence to Business Success equal to 76,8% which means give positive result and enough significant.
It is good that the central community organizes entrepreneurial learning and training in order to make the right decision to run their business or together can create product innovation in order to improve business performance.

Keywords: *Entrepreneurial Behavior, Product Innovation, Business Performa*

I PENDAHULUAN

A.LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat agar bisa mencapai keberhasilan begitu pula pada Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM). Dituntut setiap perusahaan bisnis untuk terus bersaing dan juga bertahan dengan tepat memilih strategi yang tepat untuk dijalankan oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan daya saing agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang di dukung oleh strategi bisnis yang tepat harus lebih meningkatkan mutu serta kualitas dan kemampuan dalam hal berbisnis agar kemampuan perusahaan dalam hal mencapai keberhasilan dapat terwujud. Dalam menghadapi persaingan hal tersebut harus diterapkan disegala bidang usaha baik itu usaha besar ataupun usaha yang berskala kecil dan menengah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Pengertian UMKM sebagaimana dimaksud Keputusan Menteri Keuangan No 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,-. (Seratus Juta Rupiah) per tahun. Usaha mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,-. Adapula data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik yang menyebutkan bahwa Usaha Industri terbagi sebagai berikut. Industri Kecil adalah perusahaan industri yang tenaga kerjanya antara 5 - 19 orang. Sedangkan Industri Mikro adalah perusahaan industri yang tenaga kerjanya antara 1 - 4 orang.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia menjadi salah satu sumber penting bagi perdagangan produk dan jasa, untuk terus melakukan perkembangan dalam usaha mereka agar tujuan keberhasilan usaha bisa tercapai. Dengan banyaknya UMKM yang ada dan berkembang di berbagai wialayah, begitu pula di Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung berdasarkan data dari Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kabupaten Bandung tahun 2016, terdapat sebanyak sekitar 80 Sentra Industri UMKM yang ada di Kabupaten Bandung. Diantara UMKM tersebut terdapat Industri Kain, Susu, Kerajinan, Kaos dan Jeans, Batako, Boneka, Kue Kering, Tahu, Aneka Snack, Kerupuk, dan lainnya.

Adapun salah satu sentra industri UMKM yang ada di Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung yaitu Sentra Industri Kerupuk. Berlokasi di wilayah pemukiman warga tepatnya di Jl. Paledang, Des. Pakutandang, Kec. Ciparay, Kab. Bandung. Fokus sentra ini adalah memproduksi kerupuk. Adapun menurut data yang di dapat dari Ketua Paguyuban Sentra Kerupuk Ciparay Bapak Agus mengatakan terdapat 25 rumah industri kerupuk di Ciparay. Karena banyaknya pelaku usaha kurupuk yang terdapat di daerah Ciparay ini maka Pemerintah Kabupaten Bandung meresmikan daerah ini sebagai Sentra Industri UMKM.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah yang penulis kemukakan, penulis memutuskan beberapa hal yang akan penulis angkat menjadi pokok permasalahan, yaitu**:**

1) Bagaimana Perilaku Kewirausahaan pada usaha Sentra Kerupuk Ciparay.
2) Bagaimana Inovasi Produk pada usaha Sentra Kerupuk Ciparay.
3) Bagaimana Kinerja Usaha pada usaha Sentra Kerupuk Ciparay.
4) Seberapa besar pengaruhnya Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Sentra Kerupuk Ciparay baik secara parsial maupun secara simultan.

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui Perilaku Kewirausahaan pada Sentra Kerupuk Ciparay.
2. Untuk mengetahui Inovasi Produk pada Sentra Kerupuk Ciparay. .
3. Untuk mengetahui Meningkatnya Kinerja Usaha pada Sentra Kerupuk Ciparay.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha secara parsial maupun secara simultan.

B.KEGUNAAN PENELITIAN

KEGUNAAN PRAKTIS

1. Bagi Perusahaan

   Sebagai bahan masukan untuk atau sumbangan informasi bagi pengelola perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam menentukan penerapan Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha.

KEGUNAAN PENELITIAN

1. Bagi Penulis

   Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai Perilaku Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Kinerja Usaha melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.
2. Bagi Peneliti lain

   Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang Perilaku Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Kinerja Usaha.
3. Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan perpustakaan universitas dan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya sehingga dapat memperluas tinjauan penelitian dan dapat meneruskan penelitian ini agar lebih efektif.

II KAJIAN PUSTAKA

A.PENGERTIAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN

Menurut Suryana (2017:10) Perilaku kewiraushaan yaitu, aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatan dari seorang wirausaha yang diantaranya dibina oleh beberapa ciri utamanya yaitu percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, keorsinilan, dan berorientasi ke masa depan.

Sikap dan perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik, beroreintasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausaha agar wirausaha tersebut dapat lebih maju/sukses".

2.INDIKATOR PERILAKU KEWIRAUSAHAAN

Menurut **B.N Marbun (2009:63)** sikap dan perilaku yang harus dimiliki seorang wirausahawan adalah sebagai berikut:

1. **Percaya Diri**
   Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, dia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif, dan kritis. Dia tidak begitu saja menyerap pendapat orang lain, tetapi dia mempertimbangkan secara kritis. Emosionalnya boleh dikatakan sudah stabil, tidak gampang tersinggung dan naik pitam. Juga tingkat sosialnya tinggi, mau menolong orang lain, dan yang paling tinggi lagi ialah kedekatannya dengan Allah Swt. Diharapkan wirausahawan seperti ini betul-betul dapat menjalankan usahanya secara mandiri, jujur, dan disenangi oleh semua relasinya.
2. **Beorientasi pada Tugas dan Hasil**
   Orang ini tidak mengutamakan prestise terlebih dulu. Akan tetapi, ia mengutamakan pada prestasi kemudian setelah berhasil prestisenya akan naik. Anak muda yang selalu memikirkan prestise lebih dulu dan prestasi kemudian, tidak akan mengalami kemajuan.
3. **Pengambilan Resiko**
   Watak selalu menyukai tantangan dalam wirausaha seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku, dan sebagainya harus dihadapi dengan penuh perhitungan. Jika perhitungan sudah matang, membuat pertimbangan dari segala macam segi, maka berjalanlah terus dengan tidak lupa berlindung kepada-Nya.
4. **Kepemimpinan**
   Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu. Namun sekarang ini, sifat kepemimpinan sudah banyak dipelajari dan dilatih. Ini tergantung kepada masing-masing individu dalam menyesuaikan diri dengan organisasi atau orang yang ia pimpin.
5. **Keorsinilan**
   Sifat orsinil ini tentu tidak selalu ada pada diri seseorang.Yang dimaksud orsinil disini ialah tidak mengekor pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orsinil, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu.
6. **Berorientasi ke Masa Depan**
   Sifat berorientasi ke masa depan ini harus selalu ada dalam setiap pimpinan usaha agar usahanya dapat terus berlanjut dan dengan seiring berjalannya waktu produktivitasnya perusahaan dapat terus meningkat.

B. PENGERTIAN INOVASI

Menurut Nelly (2008:16) yang berpendapat bahwa "inovasi produk menunjukkan pada pengembangan produk dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran, inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk".

Menurut Drucker dalam Berthon dkk (2007:16) menyatakan bahwa "inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan". Sedangkan menurut Dourgerty (2011:16) "inovasi produk merupakan suatu cara yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi, serta persaingan". Definisi mengenai pengertian inovasi produk menurut Crawford & De Benedetto (2009:9) inovasi produk adalah "Inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya".

Berdasarkan pada definisi inovasi produk di atas maka penulis menarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan inovasi produk adalah: "Suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan." Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bertambah banyaknya jumlah barang yang ditawarkan kepada konsumen dan ditunjang dengan arus informasi tentang produk yang mudah diperoleh, menyebabkan mereka semakin selektif dalam membeli suatu barang, baik dalam kualitas, desain corak, warna maupun harganya.

5.INDIKATOR INOVASI

Inovasi merupakan sesuatu yang penting untuk perusahaan karena dengan adanya inovasi yang baik akan meningkatkan kemampuan bersaing, dibawah ini adalah salah satu indikator menurut **Thomas W. Zimmerer dkk (2008:57**) indikator inovasi produk yaitu:

1. Perubahan desain
   Perubahan desain merupakan serangkaian tahap mencapai hasil yang diharapkan berupa perbaikan dari titik awal.
2. Inovasi teknis
   Inovasi teknis adalah memperkenalkan suatu teknologi yang baru, pelayanan yg baru, dan cara-cara baru yang lebih bermanfaat.
3. Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk-produk baru, serta memodifikasi produk lama.

Berdasarkan pendapat para ahli tentang indikator inovasi produk penulis dapat mengambil sebuah keputusan bahwa indikator yang dipakai dalam penelitian ini adalah indikator inovasi produk menurut Wahyono dalam Utaminingsih (2016:81) yaitu : perluasan produk (*line extensions*), peniruan produk (*me-too products*), produk baru (*new-to-the-world products*). Karena indikator mengenai produk baru, yang kemudian menciptakan inovasi baru terhadap produk kerupuk di Sentra Industri Kerupuk Ciparay untuk memenangkan keunggulan bersaing.

C. PENGERTIAN KINERJA USAHA

Kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi. Ivan cevich (Ranto, 2007:19).

Menurut Kotter dan Hesket (Ranto, 2007:22) jenis kinerja terdiri dari dua yaitu:

1. Kinerja ekonomis, menghasilkan etos kerja yang kuat (semangat kerja) dan berkualitas,
2. Kinerja unggul, menghasilkan produk unggulan dan keberhasilan usaha.

Menurut pendapat di atas dapat di simpulkan, kinerja usaha para pengusaha adalah serangkaian capaian hasil kerja dalam melakukan kegiatan usaha, baik dalam pengembangan produktivitas maupun kesuksesan dalam hal pemasaran, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya. Kinerja usaha yaitu semangat kerja, kualitas kerja, produk unggulan, dan keberhasilan usaha yang mempunyai hubungan signifikan terhadap kinerja pengusaha.

1.INDIKATOR KINERJA USAHA

Indikator kinerja usaha menurut ***Hadjimonalis (2010:25)*** adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan
   Adalah suatu peningkatan penjualan produk perusahaan untuk mencapai keberhasilan usaha.
2. Pertumbuhan pendapatan
   Yaitu peningkatan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan usaha dari hasil penjualan produk.
3. Pertumbuhan pangsa pasar
   Pangsa pasar adalah suatu strategi dalam memperluas volume penjualan dalam segi pemasaran.

KETERKAITAN ANTARA PERILAKU KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA

Menurut ***Glancey*** dalam ***Sony Heru Priyanto*** (***2009:73***) Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan petumbuhan usaha. Sedangkan menurut ***Herri*** (***2008***) Kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha dan kewirausahaan sendiri mempunyai dampak pertumbuhan usaha.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas penulis menyimpulkan bahwa perilaku keriwausahaan itu berhubungan dan berperanguh terhadap kinerja usaha. Maka para pelaku usaha dapat menentukan jenis usahanya yang tentunya didukung dengan perilaku kewirausahaan.

KETERKAITAN ANTARA INOVASI PRODUK DAN KINERJA USAHA

Menurut Aloysius Gunadi Brata (2009:95) mengungkapkan bahwa : " inovasi penting bagi satu unit usahan untuk makin berkembang. Hanya usaha yang mampu menciptakan inovasi-inovasi baru sajalah yang mampu bertahan dan berkembang. Dengan kata lain, inovasi akan sangat menentukan kinerja suatu usaha"

Menurut Lawless dan Anderson, dalam Sayamtinah et al. (2011:261) mengatakan bahwa : 26 " inovasi berpengaruh terhdap kinerja perusahaan, akan tetapi tergantung pada kompleksitas pasar yang dihadapai. Semakin kompleks kondisi pasar, maka semakin kuat pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan"

KETERTAIKAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA USAHA

Pengklasifikasian kewirausahaan ini juga menjadi penegasan bagi kebutuhan wirausaha akan perilaku kreatif dan inovatif dalam proses membina dan mengembangkan usahanya karena semua klasifikasi tentunya mempunyai motif tertentu untuk menciptakan peluang dan menerapkan ide atau peluang itu menjadi suatu upaya untuk mengembangkan usahanya. Wirausaha sebagaimana bidang usaha lainnya harus melalui empat tahapan perkembangan yang bersifat khas, sebelum mencapai kedewasaan sebagai sebuah perusahaan yang mapan dan berhasil yakni: 1. Tahapan awal (Pre Start-Up Stage); 2. Tahapan dimulainya usaha (The Start-Up Stage); 3. Tahapan pertumbuhan awal (Early-Growth Stage); dan 4. Tahapan pertumbuhan kemudian (Later-Growth Stage). Setiap tahapan ini memerlukan ide-ide kreatif dan inovatif terutama pada tahap awal di mana selama fase inisial ini ide-ide kreatif berkembang hingga titik di mana menurut mereka dianggap sebagai hal yang komersial layak diterapkan (Winardi, 2008).

HIPOTESIS

Menurut Sugiyono (2009: 96), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Adapun hipotesis yang peneliti simpulkan dalam penelitian ini adalah :

Sub Hipotesis

1 : Variabel pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

2 : Variabel pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

III METODELOGI PENELITIAN

A.OBJEK PENELITIAN

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

Menurut Sugiyono (2012:38) pengertian objek penelitian adalah "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Adapun objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini mengenai "Pengaruh perilaku kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja usaha pada usaha sentra industri kerupuk ciparay".

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk.
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variable yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Kinerja Usaha pengelola Sentra Industri Kerupuk Ciparay.

B. POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelaku usaha pada Sentra Industri Kerupuk Ciparay. Dari semua hasil perhitungan sampel yang diperoleh, penelitian mengambil sampel sebanyak 25 responden.

Menurut **Sugiyono (2014 : 49),** "Sampel adalah sebagian dari populasi itu." Jenis yang akan digunakan adalah *Probability Sampling* dengan teknik *Random Sampling,* yaitu teknik dimana sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian dari populasi mempunyi teknik yang sama untuk dipilih sebagai sampel dengan kata lain populasi dianggap homogen.

C.TEKNIK PENENTUAN DATA

Dengan ini penulis melakukan pengelompokan data yang dibagi kedalam dua golangan, yaitu:

1.Populasi

Untuk keperluan diperlukan sejumlah orang dalam suatu wilayah yang diteliti (populasi) untuk diberikan kuesioner berisi sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan yang berisikan indikator dari variabel yang diteliti.

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

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi yang diambil oleh peneliti kali ini adalah pada Sentra Industri Kerupuk Ciparay. Pemilihan jumlah populasi ini diambil dari semua pelaku usaha yang ada di Sentra Kerupuk Ciparay sebanyak 25 orang untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dijadikan objek dalam melakukan penelitian dan pengujian data. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif.

1.Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Menurut Sugiyono (2009:143). "Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variable melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu uji signifikasinya."

2.Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

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

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk melihat gambaran hasil penelitian mengenai perilaku kewirausahaan, inovasi produk dan kinerja usaha dengan sampel penelitian sebanyak 25 responden. Sedangkan untuk melihat jawaban atau penilaian responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan untuk melihat penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti dapat dilihat dari nilai prosentase dari hasil skor aktual dan ideal yang diperoleh.

Dari hasil analisis deskriptif terdapat jawaban dari responden dalam setiap indikator, diketahui bahwa variabel perilaku kewirausahaan memiliki kemampuan dalam pengambilan resiko sebesar 64,4%% dan kelemahan dalam hal berorientasi pada tugas dan hasil sebesar 55,2% kemudian variabel inovasi produk memiliki kemampuan dalam pengembangan produk sebesar 65,6% dan kelemahan dalam hal perubaan desain sebesar 54,4% sedangkan dalam variabel kinerja usaha memiliki kemampuan dalam pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan pangsa pasar sebesar 58,8% dan kelemahan dalam hal pertumbuhan penjualan sebesar 27,2%.

B.UJI ASUMSI KLASIK

Sebelum dilakukan pembentukan model regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi supaya model yang terbentuk memberikan estimasi yang *BLUE* (*Best Linier Unbiased Estimated).* Pengujian yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi secara normal. Model regresi yang baik adalah data yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan analisis *kolmogorov smirnov* dan analisis grafik *normal probability plot*. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *asymp sig.* pada uji *kolmogorov smirnov* jika lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan normal.

Berikut uji hasil normalitas dengan menggunakan aplikasi *Software* SPSS 21 *for window.*

Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,67333521
Most Extreme Differences	Absolute	,141
	Positive	,076
	Negative	-,141
Kolmogorov-Smirnov Z		,707
Asymp. Sig. (2-tailed)		,699

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

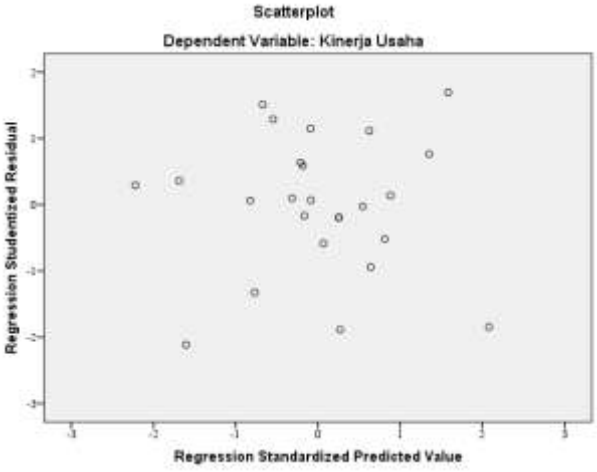
Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi *(Asymp. Sig. (2-tailed))* dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,699 dan lebih besar dari 0,05. Karena nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Berikut ini dilampirkan grafik *scatterplot* untuk menganalisis apakah terjadi heterokedaktisitas atau terjadi heterokedaktisitas, adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (SDRESID) dengan residualnya (ZPRED).



Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedaktisitas pada model regresi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu dengan melihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*) harus kurang dari 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0,1.

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Perilaku Kewirausahaan	,712	1,405
	Inovasi Produk	,712	1,405

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel di atas, nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas > 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data tersebut.

d. Persamaaan Regresi (*Multiple Regression*)

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuat estimasi koefisien-koefisien persamaan linier, mencakup satu atau dua variabel bebas yang dapat digunakan secara tepat untuk memprediksi nilai variabel terikat.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dengan menggunakan *software* SPSS 21, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Hasil Estimasi Persamaan Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2,853	2,317		-1,231	,231
	Perilaku Kewirausahaan	,321	,075	,521	4,277	,000
	Inovasi Produk	,979	,249	,478	3,926	,001

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

Dari perhitungan regresi yang telah diolah diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$Y = -2,853 + 0,321\ X1 + 0,979\ X_2$

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a (konstanta)= -2,853 Artinya jika perilaku kewirausahaan dan inovasi produk bernilai konstan (nol)/tidak ada peningkatan, maka kinerja usaha akan bernilai sebesar 2,853.

b_1= 0,321 Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada Perilaku kewirausahaan, maka akan berdampak pada meningkatnya kinerja usaha sebesar 0,321

b_2= 0,979 Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada inovasi produk, maka akan berdampak pada meningkatnya kinerja usaha sebesar 0,979.

e. Analisis Korelasi

Analisis korelasi simultan berfungsi untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Adapun untuk memberikan interpretasi pada koefisien korelasi yang diperoleh, peneliti mengacu pada pedoman interpretasi korelasi sebagai berikut:

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Keeratan Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2011;184)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 21.0, diperoleh hasil sebagai berikut:

Koefisien Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876[a]	,768	,747	1,747742

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Perilaku Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

Nilai R sebesar 0,876 pada output di atas menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (Perilaku kewirausahaan, dan Inovasi produk) secara simultan dengan kinerja usaha. Nilai korelasi sebesar 0,876 jika mengacu pada kriteria Sugiono (2013;184) termasuk dalam kriteria hubungan yang sangat kuat karena berada pada interval 0,8 – 1,000. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang sangat kuat antara Perilaku kewirausahaan dan Inovasi produk dengan kinerja usaha.

f. Analisis Korelasi Parsial

Analisis Korelasi Parsial

Correlations

		Kinerja Usaha
Perilaku Kewirausahaan	Pearson Correlation	,778
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	25
Inovasi Produk	Pearson Correlation	,758
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	25

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

- **Hubungan Perilaku kewirausahaan dengan Kinerja usaha**

Nilai korelasi yang diperoleh antara antara perilaku kewirauasahaan dengan kinerja usaha adalah sebesar 0,778. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik perilaku

kewirausahaan maka akan diikuti dengan tingginya kinerja usaha. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, angka sebesar 0,778 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada rentang interval 0,60 - 0,799.

- **Hubungan Inovasi produk dengan Kinerja usaha**

Nilai korelasi yang diperoleh antara antara inovasi produk dengan kinerja usaha adalah sebesar 0,758. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik inovasi produk maka akan diikuti dengan tingginya kinerja usaha. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, angka sebesar 0,758 termasuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat karena berada pada rentang interval 0,60-0,799.

g. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada permasalahan yang sedang diteliti yaitu pengaruh Perilaku kewirausahaan dan Inovasi produk secara simultan dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap kinerja usaha. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh *output* sebagai berikut:

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876[a]	,768	,747	1,747742

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Perilaku Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa R-*square* sebesar 0,768 atau 76,8%. Nilai tersebut menunjukan bahwa Perilaku kewirausahaan dan Inovasi produk secara simultan dalam memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap kinerja usaha sebesar 76,8%. Sedangkan sisanya sebesar 100% - 76,8% = 23,2% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan untuk melihat besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan perhitungan dengan menggunakan formula *Beta x Zero Order*. Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan *zero order* merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *beta* dan *zero order* sebagai berikut:

Pengaruh Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Perilaku Kewirausahaan	,521	,778
	Inovasi Produk	,478	,758

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh pengaruh parsial dari setiap variabel bebas sebagai berikut:

Perilaku kewirausahaan (X1)	0,521	x	0,778	=	0,405	atau	40,5%
Inovasi produk (X2)	0,478	x	0,758	=	0,363	atau	36,3%
Total Pengaruh				=	**0,768**	**atau**	**76,8%**

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa pengaruh variabel Perilaku kewirausahaan (X1) terhadap kinerja usaha adalah sebesar 40,5% dan inovasi produk (X2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 36,3%. Sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kinerja usaha pengusaha adalah perilaku kewirausahaan dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 40,5%.

C.PENGUJIAN HIPOTESIS

UJI HIPOTESIS SIMULTAN (UJI F)

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Perilaku kewirausahaan, dan inovasi produk, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

Ho: β1= β2,= 0 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Perilaku kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja usaha Sentra Kerupuk Ciparay .

H_1: β1 ≠ β2 ≠ 0 Terdapat pengaruh yang signifikan dari Perilaku kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

Probability = 0,05/5%

Kriteria: Tolak Ho jika nilai f hitung > f tabel, terima Ho jika nilai f hitung < f tabel.

Uji F ANOVA

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222,111	2	111,056	36,357	,000[b]
	Residual	67,201	22	3,055		
	Total	289,313	24			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

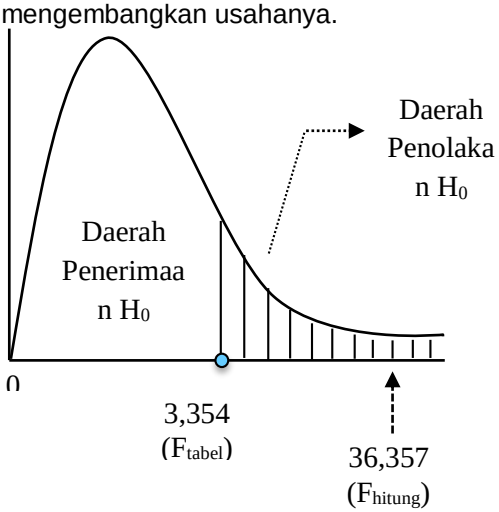
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Perilaku Kewirausahaan

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 36,357 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk α = 0,05 dan db1/$df_{1\ (banyaknya\ variabel\ bebas)}$: 2 dan db_2: n-k-1 (25-2-1) = 22 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,443. Karena F_{hitung} (36,357) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,443) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak Ho dan menerima Ha. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Perilaku kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Winardi (2008:57) wirausaha akan perilaku kreatif dan inovatif dalam proses membina dan mengembangkan usahanya tentunya mempunyai

motif tertentu untuk menciptakan peluang dan menerapkan ide itu menjadi suatu upaya untuk mengembangkan usahanya.



Gambar 4.6
Kurva Uji F Simultan Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha

D.UJI HIPOTESIS PARSIAL (UJI T)

Pengujian hipotesis parsial (uji-t) dilakukan untuk membuktikan apakah Perilaku kewirausahaan dan inovasi produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2,863	2,317		-1,231	,231
	Perilaku Kewirausahaan	,321	,075	,521	4,277	,000
	Inovasi Produk	,979	,249	,476	3,926	,001

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2018

Adapun hipotesis statistik secara parsial yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perilaku kewirausahaan

H_{o1} : β1 = 0 Secara parsial Perilaku kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

H_{11} : β1 ≠ 0 Secara parsial Perilaku kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

2. Inovasi produk

H_{o2} : β2 = 0 Secara parsial inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

H_{12} : β2 ≠ 0 Secara parsial inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja usaha Sentra Kerupuk Ciparay.

Kriteria:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ / $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db= (n-k-1) 25-2-1 = 22, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar 2,074.

C. PEMBAHASAN

Adapun persentase skor dari keseluruhan jawaban responden yang diperoleh di Sentra Industri Kerupuk Ciparay dapat di diketahui bahwa pengaruh variabel Perilaku Kewirausahaan (X1) terhadap Kinerja Usaha adalah sebesar 40,5% dan Inovasi Produk (X2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 36,3%. Sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi Kinerja Usaha adalah Perilaku Kewirausahaan dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 40,5%.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha (Survei pada Sentra Industri Kerupuk Ciparay), maka penulis mengambil kesimpulan bahwa tanggapan responden mengenai variabel perilaku kewirausahaan mendapat skor terendah dari berorientasi pada tugas dan hasil dan mendapat skor tertinggi adalah pengambilan resiko kemudian untuk variabel inovasi produk mendapatkan skor terendah adalah perubahan desain dan skor tertinggi untuk pengembangan produk kemudian variabel kinerja usaha skor terendah adalah pertumbuhan penjualan dan skot tertinggi untuk pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan pangsa pasar.

B.SARAN

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Sentra Industri Kerupuk Ciparay, maka penulis akan memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perilaku Kewirausahaan pada Sentra Susus Industri Kerupuk Ciparay termasuk cukup baik, menandakan sentra industri kerupuk ciparay sudah memiliki perilaku kewirausahaan yang baik. Namun para pelaku usaha dalam tingkat hal berorientasi pada tugas dan hasil belum dikuasai sepenuhnya oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu alangkah baiknya jika para pelaku usaha pada Sentra Susu Industri Kerupuk Ciparay mengadakan pembelajaran dan pelatihan mengenai pada hal percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorsinilan, dan berorientasi ke masa depan, agar pelaku usaha memliki pengetahuan yang baik akan hal berorientasi pada tugas dan hasil.

2. Inovasi Produk pada Sentra Industri Kerupuk Ciparay termasuk cukup baik, menandakan sentra industri kerupuk ciparay sudah memiliki inovasi produk yang baik. Namun dalam hal perubahan desain pada sentra industri kerupuk ciparay masih kurang, hal ini membuat para pelaku usaha pada sentra industri kerupuk ciparay tidak memiliki produk yang berbeda dengan para pesaingnya, sehingga akan sulit dalam bersaing di pasaran, alangakah baiknya apabila setiap pelaku di sentra membuat produk baru yang berbeda dengan produk olahan kerupuk lainnya.
3. Kinerja Usaha pada Sentra Industri Kerupuk Ciparay termasuk cukup baik, menandakan sentra industri kerupuk ciparay sudah memiliki peningkatan dalam hal pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan pangsa pasar yang baik. Namun para pelaku usaha dalam tingkat pertumbuhan penjualan masih kurang di perhatikan oleh sebagian para pelaku usaha. Alangkah baiknya untuk lebih di perhatikan. Pelaku usaha harus mampu mengatasi perubahan masalah dalam mengatasi kurang nya pertumbuhan penjualan.
4. Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Sentra Industri Kerupuk Ciparay bisa dibilang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh pengurus sentra industri kerupuk ciparay dalam hal percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorsinilan, dan berorientasi pada masa depan, dan dalam hal perubahan desain, inovasi teknis, dan pengembangan produk, kemudian juga dalam hal pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan, dan pertumbuhan pangsa pasar. Sehingga kinerja usaha di Sentra Industri Kerupuk Ciparay menjadi lebih baik dan untuk mencapai keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Basrowi. 2014. Kewirausahaan. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Bukhori, Alma. 2011. *Kewiraushaan. Bandung*: Alfabeta.

Cynthia V. Djodjobo., H.N. Tawas (2014), *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Nasi Kuning di Kota Manado* . Jurnal EMBA Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. ISSN 2303-1174 Vol.2 No.3 September 2014.

Ernani Hadiyanti. (2011) . *Kreatifitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil.* Jurnal Manjemen dan Kewirausahaan. Vol.13 No.1, Maret 2011: 8-16.

Kasmir. 2009. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat, 2008.

Ratna Purwaningsih, Pajar Darma Kusuma. (2015). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM).* Jurnal Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang. ISBN 978-602-99334-4-4, 2015.

Sri Hartini. (2012). *Peran Inovasi: Peranan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis.* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Vol.14, No.1, Maret 2012: 82-88

Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani. (2013). *Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Di Lombok Barat.* Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra. AGORA Vol. 1, No. 1, (2013) .

Musran Munizu. (2010). *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMKM) di Sulawesi Selatan.* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makasar. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.12, No.1 Maret 2010: 33-41

Suhartini Karim (2007). *Analisis Pengaruh Kewirausahaan Korporasi Terhadap Kinerja Perusahaan pada Pabrik Pengolahan Crumb Rubber di Palembang.* Magister Manajemen Unsri. Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya Vol. 5, No 9 Juni 2007.

Tony Wijaya. (2008). *Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha di UKM DIY dan Jawa Tengah.* Mahasiswa Program Doktoral Psikologi Industri dan Organisasi Kajian Bidang Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.10, No. 2, September 2008: 93-104

Gujarati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Soegoto, Eddy, Soeryanto. 2014. *Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung. Panduan Bagi Pengusaha, Calon Pengusaha, Mahasiswa, dan Kalangan Dunia Usaha*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Sudarmo. 2010. *Produktivitas Organisasi.* Yogyakarta : BPFE.

Sumarsono, Sonny. 2010. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suryana. 2006. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses.* Jakarta: Salemba Empat.

Suryana. 2017. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses.* Jakarta: Salemba Empat.

Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wirawan, Nata. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia) untuk Ekonomi dan Bisnis*. *Edisi Kedua*. Denpasar: Keraras Emas.fabeta.