

MINDS

Penanggung Jawab
Ambo Asse

Redaktur
Muslimin Kara

Ketua Penyunting
Ahmad Efendi

Penyunting Pelaksana
Syaharuddin
Awaluddin
Rika Dwi Ayu Parmitasari
Eka Suhartini

Penyunting Ahli

Agus Salim (ISEI Sul-Sel), Ambo Asse (UIN Alauddin), Catur Sugiyanto (UGM),
Hamid Habbe (UNHAS), Idris Parakkasi (PINBUK-MES),
Kastumuni Harto (IAI Sul-Sel), Muslimin H. Kara (UIN Alauddin),
M. Rusydi Rahman (Unismuh Mks), M. Yunus Zain (UNHAS),
Rahman Laba (UNHAS), Siradjuddin (UIN Alauddin)

Sekretaris Penyunting
Akramunnas
Nurhikma Hawabaja
Arnidar Hamid

JURNAL MINDS
Pusat Dokumentasi dan Publikasi Ilmiah
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin
Jl. Sultan Alauddin No. 33 Samata-Gowa Sul-Sel – INDONESIA
Telp/HP. 081355774774, 081241840208, Fax. (0411) 8221400
Email: jurnalminds@gmail.com

MINDS

JURNAL MANAJEMEN IDE DAN INSPIRASI

DEKONSTRUKSI BRAND STRATEGY UIN ALAUDDIN Ahmad Efendi	1
PENGARUH PERSEPSI REMUNERASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA MAKASSAR UTARA Achmad Furqan, Muslimin Kara, Ahmad Jafar	15
DETERMINAN PERILAKU KEWARGAAN ORGANISASI DI PEMERINTAH KOTA PALU Ahmad Rijal Arma, Alim Syariati	34
PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk CABANG COKROAMINOTO MAKASSAR Muh. Akil Rahman, Murdaya Tning	50
PENGARUH SUKU BUNGA TERHADAP DEPOSITO (STUDI KASUS PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK CABANG MAKASSAR) Asad Rijal Nur	69
ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORI PROGRAM PEMASARAN RITEL DI KOTA MAKASSAR Indra Diputra	83
ANALISIS PENGETAHUAN KONSUMEN MENGENAI PERBANKAN SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH (PERSERO) CABANG MAKASSAR Megawaty	100
KAJIAN FAKTOR PENENTU KINERJA USAHA KECIL DI KOTA MAKASSAR Murtiadi Awaluddin	116
PENGARUH MARKET VALUE ADDED DAN EARNING PER SHARE TERHADAP RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG TERGABUNG PADA LQ45 DI BURSA EFEK INDONESIA Rika Dwi Ayu Parmitasari	139
PENGARUH BEBAN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP STRES KERJA KARYAWAN PADA PT PLN (PERSERO) WILAYAH SULAWESI SELATAN TENGGARA DAN BARAT SEKTOR PEMBANGKITAN BAKARU PUSAT LISTRIK BAKARU Wahidah Abdullah	153

KAJIAN FAKTOR PENENTU KINERJA USAHA KECIL DI KOTA MAKASSAR

Oleh :
Murtiadi Awaluddin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Abstract

This research aims to know and analyze influence of entrepreneurial personality, information access and innovation on the small business Performance in the city of Makassar.

This research uses a explanatory research method, and the population is entire small businesses registered in the Department of Cooperatives and SMEs Makassar. The small business criteria based on criteria according to Act No. 20 of 2008 about the micro, small and medium enterprises (SMEs). Samples in drag with *simple random sampling* method and maximum Likelihood method of estimation (ML) by the number of respondents who shared 100. Data analysis was done using structural equation model Structural Equation Modeling or (SEM)

Results of the analysis show that the entrepreneurial personality, information access and innovation influential positive and significant to small business Performance in the city of Makassar.

Keyword : Entrepreneurial Personality, Information Access, Innovation And Small Business Performance

PENDAHULUAN

Keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) di tanah air kita merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional dan menjadi indikator partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. UKM selama ini ditempatkan sebagai posisi strategis dalam perekonomian utamanya saat terjadi krisis moneter dan ekonomi pada tahun 1997/1998, melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah. Menurut Mulyoutami dkk. (2003) jenis usaha ini mampu menghadapi terpaan badi krisis dan juga memiliki kemampuan pulih lebih cepat dibandingkan dengan unit usaha yang lebih besar.

Secara umum, sumbangan UKM terhadap produk domestik bruto (PDB) tahun 2007 tumbuh sebesar 6,3 persen terhadap tahun 2006. Bila dirinci menurut skala usaha, pertumbuhan PDB Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mencapai 6,4 persen dan Usaha Besar (UB) tumbuh 6,2 persen. Jika dibandingkan tahun 2006 pertumbuhan PDB UKM hanya 5,7 persen, dan PDB UB hanya 5,2 persen. Pada tahun 2007 total nilai PDB Indonesia mencapai Rp 3.957,4 triliun, dimana UKM memberikan kontribusi sebesar Rp 2.121,3 triliun atau 53,6 persen dari total PDB Indonesia. Pada tahun 2007 jumlah populasi UKM mencapai 49,8 juta unit usaha atau 99,99 persen terhadap total unit usaha di Indonesia yang berjumlah 49,845 juta unit usaha. Sementara jumlah tenaga kerjanya mencapai 91,8 juta orang atau 97,3 persen terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia yang berjumlah 94,3 juta pekerja. Bila dilihat secara sektoral, lebih dari separuh (52,5 persen) populasi UMKM di tahun 2007 bergerak di sektor pertanian, diikuti oleh sektor perdagangan sebanyak 28,1 persen, dan sektor industri sebanyak 6,5 persen (Statistik UKM, 2008 dalam Munizu, 2013).

Berdasarkan data dari dinas perindustrian dan perdagangan kota Makassar, pertumbuhan usaha kecil juga mengalami kenaikan drastis, terutama pada tahun 2009 – 20011 kemudian terjadi stagnan di tahun 2012 serta menurun di tahun 2013. Lebih jelas ditampilkan pada Tabel 1. Di bawah ini.

Tabel 1. Perkembangan Usaha Kecil Di Makassar

Kecamatan	Unit Usaha				
	2009	2010	2011	2012	2013
Marisso	5	1	4	4	6
Mamajang	8	1	8	8	10
Tamalate	10	3	13	13	12
Rappocini	10	1	7	7	8
Makassar	13	0	17	17	13
Ujung Pandang	2	1	8	8	7
Wajo	3	1	9	9	5
Bontoala	4	1	3	3	8
Ujung Tanah	2	1	0	0	0
Tallo	6	2	5	5	4
Panakukang	10	2	19	19	20
Manggala	4	0	12	12	12
Biringkanaya	9	13	30	30	10
Tamalanrea	8	12	22	22	20
Jumlah	94	39	157	157	145

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar

Tabel 2. Perkembangan Penyerapan Tenaga kerja Usaha Kecil Di Makassar

Kecamatan	Tenaga Kerja				
	2009	2010	2011	2012	2013
Marisso	17	4	42	42	45
Mamajang	28	130	31	31	35
Tamalate	40	31	58	58	50
Rappocini	38	10	31	31	34
Makassar	49	0	94	94	79
Ujung Pandang	8	10	39	39	30
Wajo	11	20	26	26	20
Bontoala	14	10	13	13	17
Ujung Tanah	9	20	0	0	0
Tallo	23	22	24	24	20
Panakukang	37	24	76	76	79
Manggaia	18	0	79	79	79
Biringkanaya	32	258	786	786	566
Tamalanrea	29	148	156	156	150
Jumlah	94	687	1455	1455	1204

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar

Dengan bertumbuhnya usaha kecil sangat berdampak pada penyerapan tenaga kerja sebagaimana di tampilkan pada Tabel 2 di atas. Pada Tabel 2 tersebut tampak bahwa penyerapan tenaga kerja pada usaha kecil tertinggi berada di tahun 2011 – 2012 dengan jumlah penyerapan sebesar 1455 jiwa. Dan di akhir 2013 jumlah penyerapan tenaga kerja menurun 17.25 % dari tahun 2012 yaitu dari 1455 jiwa menjadi 1204 jiwa . Hal ini disebabkan memang pada tahun tersebut jumlah usaha kecil di Makassar juga mengalami penurunan.

Penurunan jumlah usaha kecil di Makassar tentu saja diakibatkan oleh banyak faktor penyebabnya. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sulawesi Selatan terdapat lima permasalahan yang dihadapi para pengusaha kecil yaitu: (1) Lemah dalam bidang disain, sehingga disain banyak ditentukan oleh pembeli, akibatnya produk memiliki posisi tawar yang rendah. (2) Produktivitas rata-rata rendah disebabkan oleh kualitas sumberdaya manusia, teknologi yang diterapkan, faktor manajemen perusahaan, sehingga keunggulan bersaing pasar rendah. (3) Sering terjadi fluktualisasi supply bahan baku, baik kualitas, kuantitas maupun harga. (4) Pengetahuan dan kesadaran para pengusaha tentang Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) masih rendah, sehingga sering terjadi peniruan disain antar perusahaan; (5) Adanya persaingan pasar produk serupa (*subsitusi*) dari negara produsen baru di dunia dengan harga lebih rendah, sehingga mempengaruhi nilai jual.

Melihat kenyataan tersebut, berdasarkan informasi yang didapatkan saat prasurvei ditemukan bahwa beberapa pengusaha industri Kecil di Makassar memiliki kepribadian yang cenderung pasrah dan kurang optimal untuk mencapai target yang telah dicita-citakannya. Mereka masih memakai pedoman

program rencana yang telah dibuat tapi belum tentu hasilnya sama dengan program tersebut, sehingga langkah-langkah yang mereka jalankan untuk mencapai target belum bisa maksimal. Padahal menurut Miner (1996), tipe kepribadian wirausaha yang menyebabkan keberhasilan usaha salah satunya adalah tipe personal achiever yaitu memiliki kebutuhan berprestasi, memiliki kebutuhan akan umpan balik, memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan

Fenomena berikutnya adalah pengusaha Usaha Kecil di Makassar memiliki karakter pelaku usaha biasanya sulit menerima masukan dari orang lain dan tidak mau belajar untuk meningkatkan wawasan maupun kemampuan mereka dalam memajukan usaha. Sehingga dengan bekal pengetahuan yang seadanya, akhirnya mereka membuat sebuah keputusan yang tidak jarang merugikan perusahaan yang dijalankannya. Hal ini bertentangan dengan pendapat Miner (1996), bahwa tipe kepribadian wirausaha yang menyebabkan keberhasilan usaha berikut adalah "The expert idea generator" dimana type ini menyukai gagasan-gagasan. Suka akan gagasan mencakup banyak unsur, seperti antusiasme, memperlihatkan perhatian terhadap pendapat orang lain

Fenomena lain adalah terdapatnya beberapa pengusaha kecil memiliki keterampilan dan tingkat pendidikan yang kurang memadai sehingga berdampak pada penyusunan rencana dan strategi pemasaran, yang meliputi pengembangan produk, kebijakan penetapan harga, promosi dan distribusi dengan baik. Selain itu juga berdampak pada ide inovasi baru. Padahal menurut Kristiansen (2002) dalam van Geenhuizen dan Indarti (forthcoming), menemukan bahwa pengetahuan merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam persaingan pasar. Pengetahuan juga memungkinkan usaha kecil untuk menyesuaikan dengan perubahan lingkungan.

Banyak contoh yang menunjukkan bahwa kinerja usaha kecil dan menengah sering dikaitkan dengan kemampuan usaha kecil dalam menghadapi permasalahan lingkungan usahanya (Birley dan Westhead, 1993), sifat kepribadian atau bakat (Naffziger, 1995; Littunen, 2000; Baron dan Markman, 2003). Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa kinerja usaha kecil sering dikaitkan dengan sifat kepribadian atau bakat. Banyak penelitian yang menjelaskan tentang peranan bakat yang menunjang keberhasilan kinerja usaha (Lee dan Tsang, 2001).

Namun terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa bakat (personality traits) tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha. Dalam penelitian tentang pertumbuhan usaha, Baum et al. (2001) menggambarkan model multidimensi dari keberhasilan usaha (venture growth) dimana variabel sifat wirausaha terdiri dari tenacity, proactivity dan passion for work, tidak memiliki

pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Sifat wirausaha yang diteliti meliputi swakendali (internal locus of control), daya inovasi (innovativeness) dan kesukaan bergaul (extroversion).

Menurut Schuler (1993) Faktor-faktor lain yang banyak memberikan pengaruh pada kinerja suatu perusahaan termasuk usaha kecil adalah adalah sumber daya manusia. Schuler yang melihat peran SDM yang kian sentral dalam menghadapi dan mengadaptasi berbagai kondisi persaingan guna meningkatkan kemampulabaan perusahaan. Sumberdaya manusia tersebut pada usaha kecil sangat berkaitan dengan kepribadian dari pengelola usaha. Penelitian mengenai kinerja usaha kecil yang dikaji dari segi kepribadian wirausaha maupun akses informasi, nampaknya belum banyak dilakukan. Beberapa hasil penelitian tentang kinerja usaha kecil atau koperasi sudah ada, namun demikian penelitian tersebut belum mengkaji secara khusus mengenai kinerja usaha kecil termasuk dari faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap kinerja. Oleh karena itu penelitian ini mencoba ingin mengetahui signifikansi pengaruh kepribadian wirausaha, akses informasi dan leadership terhadap kinerja bisnis usaha kecil melalui inovasi produk.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian tentang Usaha Kecil

Sampai saat ini masih terdapat perbedaan pendapat tentang usaha kecil yang sering diidentifikasi dengan pengusaha golongan ekonomi lemah. Dalam studi ini digunakan istilah industri kecil (small industry) dan usaha kecil (small business) secara bergantian, untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai usaha kecil. Definisi dari usaha kecil berbeda dari waktu ke waktu menurut berbagai badan atau institusi resmi yang berkaitan dengan usaha kecil. Badan-badan atau institusi tersebut adalah (1) Biro Pusat Statistik (BPS), (2) Bank Indonesia, (3) Departemen Perindustrian, (4) Kamar Dagang dan Industri (Kadin), (5) Keputusan Presiden, dan (6) Undang-undang tentang Usaha Kecil. Perbedaan definisi dari berbagai institusi itu terletak pada sudut pandang dari berbagai aspek usaha kecil, yaitu jumlah tenaga kerja yang digunakan, jumlah asset atau besarnya investasi, omset, kewarganegaraan pemilik, dan bentuk usaha.

Menurut Undang-undang tentang Usaha Kecil, maka dapat diasumsikan telah ada acuan formal tentang pengertian usaha kecil. Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Bab I Pasal 1 disebutkan bahwa: "Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.”. adapun kriteria yang dimaksud pasal tersebut adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

Bank Indonesia menggunakan dasar aset menurut bidang usaha untuk mendefinisikan usaha kecil, yaitu usaha kecil dalam bidang perdagangan dan jasa jika asetnya tidak lebih dari Rp. 40 juta, bidang industri dan bangunan jika asetnya tidak lebih dari Rp. 100 juta. Departemen Perindustrian beberapa kali memberikan batasan mengenai usaha kecil yaitu pada tahun 1979, 1980, 1989 dan 1990. Semula batasan yang digunakan adalah besarnya investasi, dimana suatu usaha dikategorikan sebagai usaha kecil jika investasinya tidak lebih dari Rp. 79 juta. Namun akhirnya pada tahun 1990 besarnya aset itu ditetapkan Rp. 600 juta dengan tambahan ketentuan bahwa pemiliknya adalah warga negara Indonesia. Sementara Kadin menetapkan jumlah aset yang berbeda menurut bidang usaha, dengan ketentuan bahwa usaha kecil dalam bidang perdagangan, jasa, pertanian dan jasa lainnya jika asetnya tidak lebih dari Rp. 150 juta dan dalam bidang industri, pertambangan dan konstruksi jika asetnya tidak lebih dari Rp. 250 juta. Sedangkan Presiden melalui Keppres No. 29 dan 30 Tahun 1980 menetapkan bahwa usaha kecil adalah usaha yang memiliki antara Rp. 50 sampai Rp. 100 juta. Di samping aset, Kadin juga menggunakan kriteria omset, bahwa suatu usaha termasuk usaha kecil jika omsetnya tidak lebih dari Rp. 600 juta dalam bidang perdagangan, jasa, pertanian dan jasa lainnya, dan tidak lebih dari Rp. 1 miliar dalam bidang industri, pertambangan dan konstruksi.

Kajian tentang Kepribadian Wirausaha

Kepribadian para pemilik/manajer merupakan faktor penting, terutama karena persepsi dan daya tanggapnya terhadap perubahan lingkungan, dalam menentukan pola perilaku yang secara signifikan dapat berdampak pada strategi dan proses internal perusahaan. Banyak penelitian telah dilakukan mengenai pentingnya persepsi individu, nilai-nilai dan basis kognitif terhadap strategi dan dampak dari keputusan strategi (kinerja).

Persepsi dan interpretasi selektif memiliki pengaruh yang menentukan terhadap strategi manakala para manajer puncak terlibat. Persepsi, nilai-nilai, keyakinan, kemampuan, dan incomepentensi para pemilik perusahaan kecil akan mempengaruhi aktivitas perusahaan. Karakteristik kepribadian yang unik

(misanya : persepsi, nilai-nilai, kognisi, dan keyakinan) dari pemilik/manajer secara signifikan akan mempengaruhi persepsinya tentang lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang akan secepatnya dinyatakan dalam karakteristik tingkah laku perusahaan secara keseluruhan.

Persepsi pemilik/manajer mempengaruhi proses kerja organisasi. Kriteria keputusan dan preferensi para pemilik/manajer membatasi perimbangan individu karyawan organisasi dan direfleksikan dalam proses tugas organisasi. Sebagai contoh, jika pemilik/manajer yakin bahwa kualitas produk/jasa memiliki arti yang sangat penting kepada perusahaan, kemudian aktivitas pengendalian kualitas produk atau jasa akan memiliki pengaruh dominan pada arus proses pekerjaan keseluruhan organisasi.

Menurut Miner (1996), ada empat tipe kepribadian wirausaha, yaitu (1) *personal achiever*, (2) *supersalesperson*, (3) *real manager*, dan (4) *expert idea generation*. Ciri-ciri wirausaha tipe *personal achiever* adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kebutuhan berprestasi;
2. Memiliki kebutuhan akan umpan balik;
3. Memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan;
4. Memiliki inisiatif pribadi yang kuat;
5. Memiliki komitmen pribadi yang kuat untuk organisasi;
6. Percaya bahwa satu orang dapat memainkan peran penting;
7. Percaya bahwa pekerjaan seharusnya dituntun oleh tujuan pribadi bukan oleh hal lain.

Ciri-ciri wirausaha tipe *supersalesperson* adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kemampuan memahami dan mengerti orang lain;
2. Memiliki keinginan untuk membantu orang lain;
3. Percaya bahwa proses-proses sosial sangat penting;
4. Kebutuhan memiliki hubungan positif yang kuat dengan orang lain;
5. Percaya bahwa bagian penjualan sangat penting untuk melaksanakan strategi perusahaan.

Ciri-ciri wirausaha tipe *real managers* adalah sebagai berikut:

1. Keinginan untuk menjadi pemimpin perusahaan;
2. Ketegasan;
3. Sikap positif terhadap pemimpin;
4. Keinginan untuk bersaing;
5. Keinginan berkuasa;
6. Keinginan untuk menonjol di antara orang-orang lain.

Ciri-ciri wirausaha tipe *expert idea generator* adalah sebagai berikut:

1. Keinginan untuk melakukan inovasi:

Keinginan untuk berinovasi menyebabkan expert idea generator suka menemukan gagasan baru dan melaksanakannya. Keinginan untuk berinovasi konsisten dengan usaha sendiri untuk mencapai keberhasilan dan merasakan kepuasan pribadi dengan itu.

2. Menyukai gagasan-gagasan

Suka akan gagasan mencakup banyak unsur, seperti antusiasme, memperlihatkan perhatian terhadap pendapat orang lain.

3. Percaya bahwa pengembangan produk baru sangat penting untuk menjalankan strategi dan organisasi.
4. Inteligensi yang tinggi: inteligensi mencakup kemampuan seperti penilaian dan penalaran, serta kemampuan untuk menggunakan abstraksi, konsep, dan gagasan. Juga kemampuan untuk belajar, menganalisis dan membuat sintetis.
5. Ingin menghindari risiko. Meskipun banyak orang yang menganggap sifat suka ambil risiko sebagai esensi profesi wirausaha, banyak wirausaha yang sangat berhati-hati, dan baru melangkah kalau betul-betul sudah yakin. Bagi wirausaha tipe ini, sifat ini memang penting karena gagasan-gagasannya bisa saja sangat baru dan aneh.

Kajian tentang Akses Informasi

Menurut Cravens (2003:7) melihat komponen akses informasi yang dapat menciptakan keunggulan bersaing dan nilai superior bagi konsumen adalah informasi pelanggan (*costumer information*), informasi pesaing (*competitor information*), dan informasi pasar lain (*other market information*).

Pentingnya informasi dalam menciptakan keunggulan bersaing perusahaan makin dirasakan setiap pemilik perusahaan. Usaha mengakses informasi, setiap manajer perusahaan berusaha menguasai teknologi dan sistem informasi.

Penggunaan informasi dalam sistem informasi akan menimbulkan nilai penting dan potensial. Informasi merupakan sumber yang harus diatur secara tepat. Manajemen harus mengatur sistem informasi untuk mendapatkan sumber informasi dan mengontrol penggunaannya. Cravens mengemukakan bahwa "Informasi bukan merupakan kegiatan produksi sampingan perusahaan. Informasi sangat terbatas, tetapi merupakan sumber bernilai yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan perusahaan di masa datang. Manajemen mungkin tidak dapat mengontrol segala tindakan pesaing atau konsumen, tetapi dengan sistem informasi yang efektif akan diperoleh cara untuk bertindak." (Cravens 2003:219).

Dari perspektif manajerial, proses industri harus dipandang sebagai suatu perbaikan yang terus menerus (continuous improvement) yang dimulai dari sederet siklus sejak adanya ide untuk menghasilkan suatu produk, pengembangan produk, proses produksi, sampai pada distribusi kepada konsumen. Berdasarkan informasi sebagai umpan balik yang dikumpulkan dari pengguna produk, kita dapat mengembangkan ide-ide untuk menciptakan produk atau memperbaiki produk menjadi produk yang memiliki keunggulan.

Perbaikan informasi bisnis harus mencakup keseluruhan sistem industri dari kedatangan material sampai kepada konsumen dan desain ulang produk untuk masa mendatang. Dalam organisasi bisnis, sumber-sumber data atau

informasi menjadi semakin penting untuk mengetahui permintaan konsumen, pembelian bahan baku dari pemasok, proses produksi, tingkat inventori yang ada, perhitungan biaya, pengiriman produk ke distributor sebagai konsumen antara atau ke konsumen akhir secara langsung.

Kajian tentang Inovasi

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Freeman (2004) menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Sumiyarto (2006:28) mengatakan bahwa pada intinya inovasi adalah sesuatu yang "baru" yang dihasilkan (sebagai output perusahaan) atau suatu proses adopsi atau pengaplikasian sesuatu yang "baru" oleh sebuah organisasi sedemikian rupa sehingga organisasi ini menjadi lebih kompetitif. Sesuatu yang "baru" itu bisa berupa produk/jasa baru yang dapat memberikan nilai lebih dibandingkan produk yang lama. Bisa pula sesuatu yang baru itu adalah proses baru menciptakan efisiensi dalam produksi, penyampaian (delivery) maupun peningkatan pelayanan. Greenberg dan Baron (2008: 568) mendefinisikan inovasi sebagai proses membuat perubahan-perubahan terhadap sesuatu yang telah mantap dengan memperkenalkan sesuatu yang baru, implementasi yang sukses dari ide-ide kreatif di dalam suatu organisasi.

Inovasi pada intinya adalah aktivitas konseptualisasi, serta ide menyelesaikan masalah dengan membawa nilai ekonomis bagi perusahaan dan nilai sosial bagi masyarakat. Jadi inovasi berangkat dari suatu yang sudah ada sebelumnya, kemudian diberi nilai tambah. Inovasi bermula dari hal yang tampak sepele dengan membuka mata dan telinga mendengarkan aspirasi atau keluhan konsumen, karyawan, lingkungan dan masyarakat. Subjek penerapan inovasi sendiri bias individu, kelompok atau perusahaan. Artinya bias terjadi dalam perusahaan ada individu atau kelompok yang sangat brilian dan inovatif. Tetapi yang ideal perusahaan menjadi tempat yang terlembagakan bagi orang-orang yang terkumpul untuk mengeksplorasi ide-ide baru. (Myers dan Marquis, 2003).

Kajian tentang Kinerja Usaha Kecil

Harris dan Bonna (2001) menyatakan bahwa kinerja merupakan ukuran keberhasilan atau prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang diukur tiap kurun waktu tertentu. Kinerja perusahaan adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan perusahaan tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan. Pelham dan Wilson (1996) mendefinisikan kinerja perusahaan

sebagai sukses produk baru dan pengembangan pasar, dimana kinerja perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan dan porsi pasar. Untuk mengukur kinerja perusahaan dan efektivitas penggunaan sumber daya dapat dilakukan oleh empat pendekatan, yaitu tujuan, pendekatan sistem sumberdaya, pendekatan stakeholders, dan pendekatan nilai kompetitif mengevaluasi kinerja perusahaan didasarkan pada kemampuannya memenuhi kebutuhan dan harapan stakeholders eksternal, misalnya, pelanggan, pemasok, dan pesaing.

Diantara empat pendekatan tersebut, pendekatan tujuan lebih sering digunakan karena alasan kemudahan, sederhana, mudah dipahami, dan fokusnya internal. Informasinya lebih mudah diakses oleh para pemilik manajer untuk proses evaluasi. Sementara pendekatan sistem sumber daya bergantung pada kualitas komunikasi internal dan sejauh mana mendapatkan sumberdayanya. Pendekatan stakeholders berhubungan dengan isu-isu yang berkaitan dengan prioritas stakeholders eksternal. Sedangkan pendekatan nilai kompetitif bergantung pada fleksibilitas, efektivitas dan efisiensi struktur organisasi dalam pemnafaatan sumber daya untuk memenuhi tuntutan eksternal. Quinn dan Rohbaugh (1983) dalam Chong (2008:2) mengatakan bahwa pendekatan tujuan merupakan pendekatan yang paling tepat bagi usaha kecil dan menengah (UKM) dimana target-target internal didasarkan pada kepentingan-kepentingan pemilik manajer, dan kemampuannya untuk mencapai target-target tersebut.

Pendekatan tujuan mengarahkan para pemilik manajer UKM memfokuskan perhatiannya pada ukuran-ukuran finansial. Ukuran-ukuran finansial biasanya meliputi laba, pendapatan, tingkat pengembalian investasi, tingkat pengembalian penjualan. Ukuran-ukuran financial umumnya lebih objektif, simple, mudah dipahami, dan mudah dihitung, tetapi dalam banyak kasus, ukuran-ukuran finansial mengandalkan data historis dan sulit didapat untuk kepentigan umum. Sulitnya untuk diakses, ketidak lengkapan data, ketidakakuratan data mengakibatkan perbandingan diantara sektor-sektor UKM menjadi sulit dan sia-sia. Laba penjualan/pendapatan perusahaan merupakan subyek data yang paling banyak disembunyikan. Cara yang paling mungkin adalah menggunakan ukuran-ukuran non finansial. Kombinasi diantara kedua pengukuran ini dapat membantu para pemilikmanajer UKM mendapatkan prespektif yang lebih luas dalam pengukuran kinerjanya, terutama dalam efektivitas dan efisiensi penggunaan sumberdaya, dan daya saing. Ukuran-ukuran non finansial yang banyak diadopsi pada UKM misalnya jumlah karyawan, pertumbuhan penjualan/pendapatan, pangsa pasar, serta penjualan per tenaga kerja.

Kerangka Konseptual Penelitian

Kepribadian adalah keseluruhan cara di mana seorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu lain. Kepribadian paling sering dideskripsikan dalam istilah sifat yang bisa diukur yang ditunjukkan oleh seseorang. Pendapat lain menyebutkan, kepribadian adalah organisasi dinamis di dalam individu yang terdiri dari sistem psikologis yang menentukan tingkah laku dan pikiran secara karakteristik dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan atau bisa juga dikatakan sebagai sifat, pembawaan yang khas. Untuk menjelaskan tentang kepribadian individu, terdapat beberapa teori kepribadian yang sudah banyak dikenal, diantaranya: teori Psikoanalisa dari Sigmund Freud, teori Analitik dari Carl Gustav Jung, teori Sosial Psikologis dari Adler, Fromm, Horney dan Sullivan, teori Personologi dari Murray, teori Medan dari Kurt Lewin, teori Psikologi Individual dari Allport, teori Stimulus-Respons dari Thronike, Hull, Watson, teori The Self dari Carl Rogers dan sebagainya. Faktor keturunan dan lingkungan merupakan faktor penentu kepribadian seseorang. Adapun beberapa sifat kepribadian utama yang mempengaruhi perilaku organisasi, yaitu evaluasi inti diri, machiavellianisme, narsisme, pemantauan diri, kepribadian tipe A, dan kepribadian proaktif.

Meskipun ada banyak sekali teori tentang kepribadian, tetapi umumnya teori-teori tersebut dapat ditelusuri asal gagasannya ke beberapa teori besar (grand theory). Perkembangan masing-masing teori besar itu tidak lepas dari sejarah perkembangan psikologi itu sendiri beserta para tokoh penemunya. Melanjutkan perkembangan psikologi di akhir abad ke-19, psikologi berkembang dalam berbagai school of thought. Kalau Wundt meletakkan dasar bagi psikologi dengan pandangan strukturalisme, maka selanjutnya berbagai aliran utama yang muncul diantaranya adalah fungsionalisme, behaviorisme, psikoanalisa, psikologi Gestalt, dan psikologi Humanistik. Setiap orang memiliki kepribadian. Kepribadian setiap orang tidaklah sama, dan masing masing memiliki tipe kepribadian tersendiri. Ada banyak tipe kepribadian, seperti diungkapkan oleh para ahli, diantaranya adalah Hipocrates, Gelanus, Eduard Spranger, C.G. Jung dan Heymans.

Menurut Miner (1996) tipe kepribadian wirausaha dapat menentukan bidang usaha yang akan membawanya kepada keberhasilan, berdasarkan penelitiannya menemukan bahwa seorang wirausaha akan berhasil bila ia mengikuti achieving route tertentu sesuai tipe kepribadiannya yaitu : personal achiever, supersalesperson, real managers, expert idea generation.

1. Personal achiever akan sukses bila terus-menerus mengatasi rintangan dan menghadapi krisis, dan dalam menghadapi segalanya berusaha sedapat mungkin bersikap positif.

2. Supersalesperson akan berhasil kalau memanfaatkan banyak waktunya untuk menjual dan minta mengelola bisnisnya.
3. Real managers akan berhasil kalau ia memulai usaha baru dan mengelola sendiri usaha tersebut.
4. Expert idea generation akan berhasil kalau terjun ke bisnis teknologi tinggi

Selain faktor kepribadian wirausaha yang mempengaruhi kinerja UK, akses informasi juga merupakan faktor yang sangat vital dan perlu mendapat perhatian. Umumnya hambatan yang terjadi dalam komunikasi sering kali berhubungan dengan masalah pokok organisasi, ini bisa terjadi baik pada organisasi berupa perusahaan, institusi, ataupun yayasan. Castells (1996) menyatakan bahwa masyarakat modern tergantung pada pertukaran informasi yang tujuannya adalah untuk menghasilkan produktivitas dan kesejahteraan. Ikojo Odongo (2002) berpendapat bahwa sumber utama terjadinya kegagalan dan kesuksesan suatu usaha sangat tergantung dari bagaimana informasi itu digunakan.

Hasil penelitian di Sumatera (Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM No 1 Tahun 2006) menjelaskan bahwa permasalahan yang dihadapi pengusaha UKM adalah lemahnya informasi perihal keinginan konsumen (customer needs). Hal ini mengakibatkan sulitnya desain produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan tidak diketahuinya kemampuan daya beli konsumen.

Kelemahan informasi bagi UKM menimbulkan berbagai dampak, diantaranya: 1) pasar potensial sangat terbatas, 2) produk yang dihasilkan kurang diminati konsumen karena tidak diketahuinya keinginan konsumen yang sesungguhnya, 3) produk yang dihasilkan tidak laku karena tidak diketahui keamampuan daya beli masyarakat. Usaha masa depan yang eksis dalam kompetisi global harus memiliki karakteristik sebagai berikut : 1) usaha berbasis pengetahuan dan informasi, 2) produk dan pelayanan yang inovatif, 3) pengetahuan sebagai asset strategis dan produktif, 4) kompetisi berbasis waktu, dan 5) umur produk yang semakin singkat.

Faktor eksternal perusahaan mempengaruhi pilihan strategi bisnis dari perusahaan dan faktor eksternal tersebut adalah pesaing, pasar dan lingkungan yang terdiri atas teknologi, pemerintah, ekonomi, budaya, penduduk dan informasi pasar (Aeker, 1995). Selanjutnya kinerja perusahaan dipengaruhi oleh lingkungan bisnis atau pasar (Cragg dan King, 1988). Kinerja usaha kecil dapat dilihat dari berbagai indikator, seperti jumlah dan perkembangan penjualan, tingkat keuntungan (profit), produktivitas usaha, dan produktivitas tenaga kerja yang digunakan dalam usaha-usaha kecil tersebut. Kinerja suatu usaha, termasuk usaha kecil, dipengaruhi oleh banyak faktor yaitu kepribadian wirausaha dan akses informasi, strategi bisnis, inovasi produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian eksplanatory yang hanya menguji hipotesa yang dikembangkan dari kajian teoritis.. Tipe penelitian ini menggunakan hipotesis a priori (berdasarkan teori, bukan berdasarkan fakta) sebagai pedoman atau arah untuk memilih, mengumpulkan dan menganalisis data. Selanjutnya data yang dikumpulkan dan dianalisis dalam penelitian ini digunakan pendekatan metode survei. Penelitian ini disamping menggunakan data primer hasil survei pada usaha kecil, juga memanfaatkan data sekunder yang tersedia dalam bentuk dokumen tertulis pada instansi terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar, Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, Bank Indonesia, dan lain-lain atau dengan mengakses melalui website.

Populasi sampling dalam penelitian ini adalah seluruh industri usaha kecil yang tercatat di Dinas Koperasi dan UKM. Kriteria usaha kecil didasarkan pada kriteria menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sampel penelitian akan dipilih secara acak sederhana (simple random sampling), dimana semua usaha kecil yang memperoleh kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Untuk mendapatkan besaran sampel yang dapat mewakili populasi, maka sebagai alternatif dalam penentuan sampel penelitian ini digunakan rumus jumlah sampel minimum dari analisis Struktural Equation Modeling (SEM).,. Menurut Ferdinand (2002), Ghazali (2008), Solimun dan Rinaldo (2009), ukuran sampel antara 100 – 200 sampel dapat direkomendasikan untuk estimasi maximum Likelihood (ML). Dengan model estimasi menggunakan maximum likelihood (ML) , data yang diperlukan minimum 100 sampel. Menurut Ferdinand (2002) analisis SEM membutuhkan sampel paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator atau estimated parameter yang digunakan Ferdinand (2002) serta Solimun dan Rinaldo (2009) memberikan pedoman penentuan besarnya sampel sama dengan 5 – 10 kali jumlah variabel manifest dari keseluruhan variabel laten. Dalam penelitian ini digunakan sebanyak 4 variabel laten dan 15 indikator sehingga total adalah 19 buah. berdasarkan kriteria penetapan jumlah sampel maka $19 \times 5 = 95$ sampel dan dibulatkan menjadi 100 sampel dengan asumsi bahwa jumlah tiap bidang usaha cukup banyak.

Prosedur pengambilan data dalam penelitian ini, menggunakan metode survei dan kuesioner penelitian yang telah dirancang berdasarkan variable-variabel penelitian untuk mencapai tujuan penelitian yang diharapkan. Semua variabel diformulasikan dalam bentuk pernyataan dan responden diminta untuk memberikan tanggapan atau pendapatnya terhadap pernyataan tersebut. Skor

satu (1) sangat tidak setuju, skor dua (2) tidak setuju, skor tiga (3) netral, skor empat (4) setuju, dan skor lima (5) adalah sangat setuju. Model analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) dari paket software statistik AMOS.

I. Hasil Penelitian

Tabel 3 Hubungan Fungsional Antar Variabel

Variabel Mempengaruhi	Variabel terikat		estimasi	T Value	Prob
Kepribadian Wirausaha (X₁)	1	Inovasi (Y ₁)	0.160	2.666	0.008
	2	Kinerja Usaha Kecil (Y ₂)	0.457	3.345	0.000
Akses Informasi (X₂)	1	Inovasi (Y ₁)	0.114	2.702	0.007
	2	Kinerja Usaha Kecil (Y ₂)	0.414	4.307	0.000
Inovasi (Y₁)	1	Kinerja Usaha Kecil (Y ₂)	1.050	3.220	0.001

Pengaruh Kepribadian Wirausaha (X₁) terhadap Inovasi (Y₁)

Koefisien pengaruh variabel Kepribadian Wirausaha (X₁) terhadap Inovasi (Y₁) sebesar 0.160 dengan nilai t sebesar 2.666 pada taraf signifikansi 0.008. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepribadian Wirausaha (X₁) berpengaruh positif terhadap Inovasi (Y₁). Ini berarti bahwa perbaikan Kepribadian Wirausaha (X₁), akan diikuti dengan perbaikan Inovasi (Y₁) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya Inovasi (Y₁) dianggap konstan. Nilai statistik t hitung pengaruh Kepribadian Wirausaha (X₁) terhadap Inovasi (Y₁) sebesar 2.666 dengan signifikansi 0.008 atau di bawah 0.05. Ini berarti Kepribadian Wirausaha (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi (Y₁).

Pengaruh Kepribadian Wirausaha (X₁) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y₂)

Koefisien pengaruh variabel Kepribadian Wirausaha (X₁) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y₂) sebesar 0.457 dengan nilai t sebesar 3.345 pada taraf signifikansi 0.000. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepribadian Wirausaha (X₁) berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y₂). Ini berarti bahwa perbaikan Kepribadian Wirausaha (X₁), akan diikuti dengan peningkatan Kinerja bisnis Usaha Kecil (Y₂) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya Kinerja Usaha Kecil (Y₂) dianggap konstan. Nilai statistik t hitung pengaruh Kepribadian Wirausaha (X₁) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y₂) sebesar 3.345 dengan signifikansi 0.000 atau di bawah 0.05. Ini berarti Kepribadian Wirausaha (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja bisnis Usaha Kecil (Y₂).

Pengaruh Akses Informasi (X_2) terhadap Inovasi (Y_1)

Koefisien pengaruh variabel Akses Informasi (X_2) terhadap Inovasi (Y_1) sebesar 0.114 dengan nilai t sebesar 2.702 pada taraf signifikansi 0.007. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Akses Informasi (X_2) berpengaruh positif terhadap Inovasi (Y_1). Ini berarti bahwa peningkatan Akses Informasi (X_2), akan diikuti dengan peningkatan Inovasi (Y_1) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya Inovasi (Y_1) dianggap konstan. Nilai statistik t hitung pengaruh Akses Informasi (X_2) terhadap Inovasi (Y_1) sebesar 2.702 dengan signifikansi 0.007 atau di bawah 0.05. Ini berarti Akses Informasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi (Y_1).

Pengaruh Akses Informasi (X_2) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2)

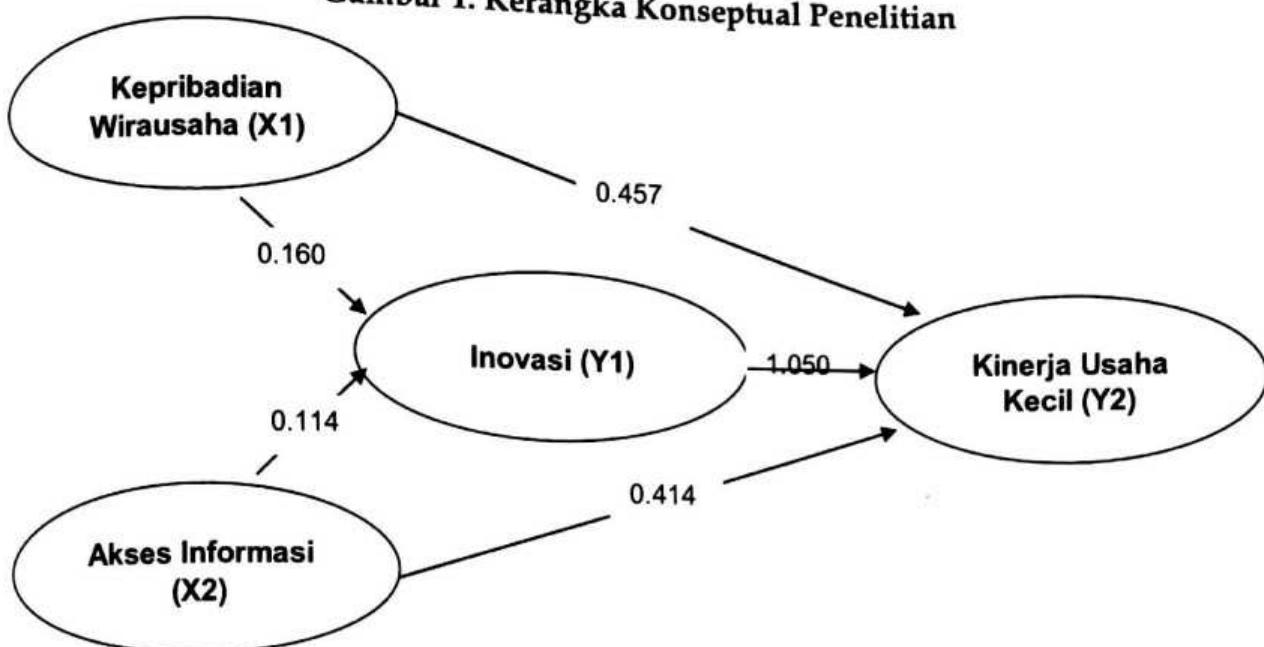
Koefisien pengaruh variabel Akses Informasi (X_2) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2) sebesar 0.414 dengan nilai t sebesar 4.307 pada taraf signifikansi 0.000. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Akses Informasi (X_2) berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2). Ini berarti bahwa peningkatan Akses Informasi (X_2), akan diikuti dengan peningkatan Kinerja Usaha Kecil (Y_2) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya Kinerja Usaha Kecil (Y_2) dianggap konstan. Nilai statistik t hitung pengaruh Akses Informasi (X_2) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2) sebesar 4.307 dengan signifikansi 0.000 atau di bawah 0.05. Ini berarti Akses Informasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2).

Pengaruh Inovasi (Y_1) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2)

Koefisien pengaruh variabel Inovasi (Y_1) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2) sebesar 1.050 dengan nilai t sebesar 3.220 pada taraf signifikansi 0.001. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Inovasi (Y_1) berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2). Ini berarti bahwa peningkatan Inovasi (Y_1), akan diikuti dengan peningkatan Kinerja Usaha Kecil (Y_2) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya Kinerja Usaha Kecil (Y_2) dianggap konstan. Nilai statistik t hitung pengaruh Inovasi (Y_1) terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2) sebesar 3.220 dengan signifikansi 0.001 atau di bawah 0.05. Ini berarti Inovasi (Y_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Kecil (Y_2).

Adapun besar pengaruh antar variabel dalam bentuk skema ditampilkan pada Gambar 1 berikut,

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian



PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Kepribadian Wirausaha terhadap Inovasi

Koefisien pengaruh variabel kepribadian wirausaha terhadap inovasi adalah positif. Ini berarti bahwa perbaikan kepribadian wirausaha, akan diikuti dengan peningkatan inovasi dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya inovasi dianggap konstan. Hasil ini sejalan dengan temuan Miner (1996) dalam Hutagalung (2008), Suryana (2003) dan Riyanti (2004).

Menurut Miner (1996) tipe kepribadian wirausaha dapat menentukan bidang usaha yang akan membawanya kepada keberhasilan. Berdasarkan penelitiannya, ia menemukan bahwa seorang wirausaha akan berhasil bila ia mengikuti *achieving route* tertentu sesuai tipe kepribadiannya.

1. *Personal achiever* akan sukses bila terus-menerus mengatasi rintangan dan menghadapi krisis, dan dalam menghadapi segalanya berusaha sedapat mungkin bersikap positif.
2. *Supersalesperson* akan berhasil kalau memanfaatkan banyak waktunya untuk menjual dan minta mengelola bisnisnya.
3. *Real managers* akan berhasil kalau ia memulai usaha baru dan mengelola sendiri usaha tersebut.
4. *Expert idea generation* akan berhasil kalau terjun ke bisnis teknologi tinggi.

Sifat kepribadian yang dimiliki oleh pengusaha UK memberikan pengaruh signifikan terhadap inovasi produk. Tanpa sifat tersebut sangat susah pemilik UK melakukan inovasi tertentu. Perusahaan yang terus berinovasi akan dapat bertahan hidup dan bahkan menjadi yang terdepan dalam percaturan bisnisnya. Sumiyarto (2006:28) mengatakan bahwa pada intinya inovasi adalah sesuatu yang "baru" yang dihasilkan (sebagai *output* perusahaan) atau suatu

proses adopsi atau pengaplikasian sesuatu yang "baru" oleh sebuah organisasi sedemikian rupa sehingga organisasi ini menjadi lebih kompetitif. Sesuatu yang "baru" itu bisa berupa produk/jasa baru yang dapat memberikan nilai lebih dibandingkan produk yang lama. Bisa pula sesuatu yang "baru" itu adalah proses baru menciptakan efisiensi dalam produksi, penyampaian (*delivery*) maupun peningkatan pelayanan. Greenberg dan Baron (2008: 568) mendefinisikan inovasi sebagai proses membuat perubahan-perubahan terhadap sesuatu yang telah mantap dengan memperkenalkan sesuatu yang baru, implementasi yang sukses dari ide-ide kreatif di dalam suatu organisasi.

Robbins (2007) menjelaskan bahwa dalam menjalankan bisnis, nilai mengandung unsur pertimbangan yang mengembangkan gagasan-gagasan seorang pribadi atau sosial lebih dipilih dibandingkan dengan bentuk perilaku atau atau bentuk akhir keberadaan perlawanan atau kebaikan. Nilai penting untuk dipelajari perilaku konsumen karena nilai menjadi dasar untuk memahami sikap dan motivasi serta karena nilai mempengaruhi persepsi kita.

Menurut Suhairi (2006) salah satu sumber yang unik yang dimiliki sebuah perusahaan skala kecil dan menengah adalah nilai kepribadian seseorang wirausaha, yakni nilai-nilai kepribadian yang melekat pada diri seseorang pemilik yang sekaligus juga pimpinan dari sebuah perusahaan. Pada umumnya nilai yang dianut dalam menjalankan bisnis adalah nilai nilai kewirausahaan. Suryana, (2006) menjelaskan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Menurutnya, proses kreatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif, yaitu orang yang memiliki jiwa, sikap, dan perilaku kewirausahaan, dengan ciri-ciri; (1) penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab; (2) memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif; (3) memiliki motif berprestasi, indikatornya terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan; (4) memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak; (5) berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (oleh karena itu menyukai tantangan).

Pengaruh Akses Informasi terhadap Inovasi

Pengaruh variabel akses informasi terhadap inovasi adalah positif. ini berarti bahwa peningkatan akses informasi akan diikuti dengan peningkatan inovasi dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya akses informasi dianggap konstan.

De Meyer dan Garg (2005) menyatakan bahwa Informasi adalah sumber daya penting untuk efektivitas inovasi. Informasi sangat penting karena informasi dan ide merupakan bahan baku yang akan ditransformasi menjadi produk. Untuk itu terdapat empat tindakan yang perlu diperhatikan dalam rangka memperoleh akses informasi, yaitu (1) Melakukan akses informasi dengan kontak langsung (*face-to-face contact*) dengan cara menempatkan orang-orang yang relevan di lokasi yang sama atau berdekatan. Cara lain adalah

memanfaatkan teknologi informasi dan teknologi komunikasi untuk memastikan komunikasi efektif dengan seluruh organisasi; (2) Merancang struktur fisik organisasi sedemikian rupa sehingga penempatan orang-orang dan tim di suatu tempat atau kantor menunjang komunikasi sesama anggota tim dan antar anggota dari unit lain; (3) Merancang struktur organisasi yang menunjang pola komunikasi, integrasi dan keterbukaan; dan (4) Memilih *gatekeeper* yang handal yang bisa memperoleh akses informasi terbaru dan relevan bagi proyek inovatif

Berdasarkan hasil ini sehingga **hipotesis 1** yang menyatakan **Kepribadian wirausaha dan akses informasi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap inovasi, diterima.**

Implikasi teoritis yang dapat disarankan adalah untuk memperbaiki inovasi produk usaha kecil maka sedapat mungkin memperbaiki kepribadian wirausaha serta memperbaiki akses informasi yang dibutuhkan.

Pengaruh Kepribadian Wirausaha terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil

Koefisien pengaruh variabel kepribadian wirausaha terhadap kinerja UK adalah positif. Ini berarti bahwa perbaikan kepribadian wirausaha, akan diikuti dengan peningkatan kinerja UK dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya kinerja UK dianggap konstan. Hasil ini sejalan dengan penelitian kajian terdahulu telah merumuskan bahwa kewirausahaan korporasi merupakan faktor yang berkaitan dengan kinerja perusahaan manufaktur berukuran menengah (Barret, et.Al, 2000; Lumpkin & Dess, 1996; Sarkar, et.Al, 2001; Zahra 1991 & 2001, dalam Puspo, 2005). Sukirno (2006) menjelaskan definisi kewirausahaan dalam aspek psikologi, yakni sifat kewirausahaan dikaitkan dengan perilaku diri yang lebih cenderung kepada fokus dari dalam diri (dimana keberhasilan dicapai dari hasil kekuatan dan usaha sendiri, bukan karena faktor nasib). Ini termasuk sifat-sifat pribadi seperti tekun, rajin, inovatif, kreatif, dan semangat yang terus menerus berkembang untuk bersikap independen.

Berbagai hasil penelitian antara lain yang dilakukan oleh Departemen Koperasi dan UKM tahun 1996 menyebutkan bahwa kepribadian wirausaha merupakan kunci dari keberhasilan UK. Keberhasilan UK sukses ternyata tidak hanya karena keahlian yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain jiwa kewirausahaan dan kreativitas individual yang melahirkan inovasi (Budiretnowati, 2008).

Perusahaan kecil tidak dapat dipisahkan dengan kewirausahaan. Kegiatan seorang wirausaha sering dikaitkan dengan perusahaan kecil, dan hal itu disebabkan karena ciri yang ada pada seorang wirausahawan yang dikatakan tidak dapat bekerja di dalam organisasi besar (Sukirno, 2006). Afiah (2009) menjelaskan bahwa salah satu program peningkatan kapabilitas UK yang sering dilaksanakan dalam rangka peningkatan kemampuan SDM adalah pengembangan kewirausahaan pengusaha UK. Pengembangan kewirausahaan bertujuan untuk meningkatkan kemandirian usaha, kemampuan bisnis, dan jiwa

kepemimpinan dalam sektor UK, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kualitas operasional UK.

Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat konsep temuan Herri (2003) bahwa, kepribadian entrepreneurship mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha kecil, *entrepreneurial personality* mempunyai dampak terhadap pertumbuhan usaha (Lee, 2001), karakteristik *entrepreneurship* mempunyai kontribusi terhadap kemajuan usaha (Solichin, 2005), *specific competencies* dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha (Baum et al, 2001), dan memperkaya konsep hasil temuan Hopkins, (1988) bahwa faktor managerial berpengaruh langsung positif terhadap kinerja UK.

Pengaruh Akses Informasi terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil

Koefisien pengaruh variabel akses informasi terhadap kinerja Usaha Kecil adalah positif terhadap kinerja Usaha Kecil. Ini berarti bahwa peningkatan akses informasi akan diikuti dengan peningkatan kinerja Usaha Kecil dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya kinerja UK dianggap konstan. Hasil ini sejalan dengan Ikojo Odongo (2002), Aeker (1995), Cragg dan King (1988), Castells (1996). Dun dan Bradstreet, (1981) dalam DeLone (1988) dan Malone et al., (1987); Mukhopadhyay et al., (1995); Steinfield dan Klein, (1999); Mann et al., (2000); Globerman et al., (2001); Williams et al., (2001); Cavusgil, (2002) dalam Kraemer et al., (2002) mengatakan bahwa dengan mengadopsi Informasi diharapkan dapat memperbaiki kinerja perusahaan, seperti penurunan biaya dan waktu transaksi dan koordinasi diantara rekan bisnis, memperluas pasar dengan biaya lebih murah dan lebih mudah serta mengembangkan dan menciptakan pasar baru.

Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil

Pengaruh variabel inovasi terhadap kinerja usaha kecil adalah positif. ini berarti bahwa peningkatan inovasi akan diikuti dengan peningkatan kinerja usaha kecil dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya inovasi dianggap konstan. Hasil pengujian menunjukkan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil, hasil ini sesuai dengan Amabile (1996) dalam Prakosa (2005) mengatakan bahwa inovasi sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif dalam perusahaan. Inovasi merupakan sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan penilaian serta ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif. Inovasi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, (Han et al ,1998, dalam Prakosa, 2005).

Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk-bentuk produk dan pelayanan-pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut yang pada gilirannya membentuk arena inovasi (Leonard,

1995 dalam Prakosa,2005). Hurley Hult (1998) dalam penelitiannya mengatakan bahwa ada pengaruh yang positif antara inovasi dengan kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil ini maka hipotesis 2 yang menyatakan **Kepribadian wirausaha, akses informasi dan Inovasi berpengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis usaha kecil, diterima.** Implikasi teoritis yang disarankan adalah untuk meningkatkan kinerja bisnis usaha kecil maka sedapat mungkin memperbaiki kepribadian wirausaha, memperbaiki akses infomasi serta meningkatkan inovasi produk

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kepribadian wirausaha dan akses informasi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap inovasi. Ini mengindikasikan bahwa saat kepribadian wirausaha dan akses informasi membaik akan serta merta diikuti oleh perbaikan inovasi produk yang dihasilkan.
2. Kepribadian wirausaha, akses informasi dan Inovasi berpengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis usaha kecil. Ini mengindikasikan bahwa saat kepribadian wirausaha membaik, akses informasi membaik serta terjadi perbaikan inovasi akan diikuti oleh peningkatan kinerja bisnis usaha kecil.
3. Kepribadian wirausaha dan akses informasi berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja usaha kecil melalui Inovasi. Ini mengindikasikan bahwa saat kepribadian wirausaha dan akses infomasi membaik akan memperbaiki inovasi dan secara langsung meningkatkan kinerja bisnis usaha kecil.

A. Saran

Berdasarkan hasil simpulan di atas maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Untuk mendapatkan perbaikan inovasi secara berkesinambungan maka sedapat mungkin memperbaiki kepribadian wirausaha serta memperbaiki akses infomasi yang dibutuhkan.
2. Untuk mendapatkan peningkatan kinerja bisnis maka sedapat mungkin tetap memperbaiki kepribadian wirausaha dan perbaikan akses informasi karena dapat meningkatkan atau memperbaiki inovasi dan secara langsung akan meningkatkan kinerja bisninya
3. Masih banyak variabel lain yang ikut mempengaruhi kinerja bisnis tetapi belum diakomodir pada model ini misalnya leadership, strategi bisnis, lingkungan dan lain lain sehingga jika ada peneliti yang ingin meneliti objek yang sama maka variabel tersebut dapat digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D.A. 1995, **BUILDING STRONG BRANDS**, The Free Press. New York

- Amabile, T. M., 1996, *Creativity in context*. Boulder, CO: Westview Press.
- Baron, R. A. and Markman, G. D., 2003, *BEYOND SOCIAL CAPITAL: THE ROLE OF ENTREPRENEURS' SOCIAL COMPETENCE IN THEIR FINANCIAL SUCCESS*, *Journal of Business Venturing*. Vol.18 (1), pp. 41-60
- Barret, H, Balloun & Weinstein, 2000, *THE EFFECT OF MARKET ORIENTATION AND ORGANIZATIONAL FLEXIBILITY ON CORPORATE ENTREPRENEURSHIP: THEORY AND PRACTICE*, *Journal of Marketing*, vol.23 (1).
- Baum, J. R., Locke E.A. and Smith K.G. 2001. *A MULTIDIMENSIONAL MODEL OF VENTURE GROWTH*, *Academy of Management Journal*. Vol. 44 (2), pp. 292-302
- Birley, S. and Westhead, P. 1993, *NEW VENTURE ENVIRONMENT : THE OWNER-MANAGER VIEW*, Entrepreneurship Research Global Perspective. Amsterdam. Elsevier. pp. 204-248
- Castells, Manuell, 1996, *THE INFORMATIONAL ECONOMY AND THE PROCESS OF GLOBALIZATION*, dalam The Rise of the Network Society, Oxford
- Chong, H. Gin, 2008, *MEASURING PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM SIZES ENTERPRISES; THE GROUNDED THEORY APPROACH*, *Journal Of Business And Public Affairs*, Issn 1934-7219, Volume 2 Issue 1
- Cravens, David W, 2003, *PEMASARAN STRATEGIS*, Jilid 2, Edisi 4, Penerbit Erlangga
- De Meyer, Arnoud & Garg, Sam, 2005, *INSPIRE TO INNOVATE: MANAGEMENT INNOVATION IN ASIA*, Palgrave Macmillan
- Ferdinand, Augusty, 2002, *STRUCTURAL EQUATION MODELLING DALAM PENELITIAN MANAJEMEN*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.Semarang
- Greenberg, J. & Baron, R.A. 2008. *BEHAVIOUR IN ORGANIZATIONS*, Ninth Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Hurley, R. F. dan G. Hult, 1998, *INNOVATION, MARKET ORIENTATION, AND ORGANIZATIONAL LEARNING: AN INTEGRATION AND EMPIRICAL EXAMINATION*, *Journal of Marketing*, 62: 42-54
- Hutagalung dan Helmi. 2008. Pengantar Kewirausahaan Sifat, Kepribadian, dan Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Wirausaha.
http://usupress.usu.ac.id/files/Pengantar%20KewirausahaanNormal_bab%201.pdf
 (Tanggal akses 13 November 2015)

- Lee, D.Y., and Tsang, E.W.K., 2001, **THE EFFECTS OF ENTREPRENEURIAL PERSONALITY BACKGROUND AND NETWORK ACTIVITIES ON VENTURE GROWTH**, Journal of Management Studies. Vol. 38 (4). pp. 583-602.
- Littunen, Hannu, 2000, **ENTREPRENUERSHIP AND CHARACTERISTICS OF THE ENTREPRENUERSHIP PERSONALITY**, International Journal of Entreprenuerial Behaviour and Research, Vol.5 No. 6, 2000, pp. 295-309
- Lumpkin, G. T and Dess, G. G., 1996, **CLARIFYING THE ENTREPRENEURIAL ORIENTATION CONSTRUCT AND LINKING IT TO PERFORMANCE**, Academy of Management Review, Vol. 21. NO. 1, 135-172.
- Miner, J.B., 1996, **ORGANIZATIONAL BEHAVIOR : PERFORMANCE AND PRODUCTIVITY**, USA : Random House Business Division
- Mulyoutami, E, Stefanus, dkk. 2003. Pengetahuan lokal petani dan inovasi ekologi dalam konservasi dan pengelolaan tanah pada pertanian berbasis kopi di Sumber Jaya Lampung Barat. <http://www.worldgroforestrycenter.org>
- Munizu, Musran, 2013, **STRATEGI PENINGKATAN KINERJA DAN PERAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) PENGOLAH PRODUK BERBASIS PANGAN DI KOTA MAKASSAR**, Jurnal Ubaya.
- Myers, S. and D. G. Marquis, 2003, **SUCCESSFUL INDUSTRIAL INNOVATION**, Washington D.C.: National Science Foundation.
- Naffziger, D.W., Hornby, J.S., and Kuratko, D.F., 1994, **A PROPOSED RESEARCH MODEL**, Entrepreneurship Theory and Practice. Vol 18. pp. 29-42.
- Pelham, M. Alfred, David T. Wilson. 1996, **A LONGITUDINAL STUDY OF THE IMPACT OF MARKET STRUCTURE, FIRM STRUCTURE, STRATEGY, AND MARKET ORIENTATION CULTURE ON DIMENNTIONS OF SMALL FIRMS PERFORMANCE**, Journal of Academy of Marketing Science. 24, 1, pp. 27-43.
- Prakosa, Bagas, 2005, **PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN UNTUK MENCAPI KEUNGGULAN BERSAING (STUDY EMPIRIS PADA INDUSTRI MANUFAKTUR DI SEMARANG)**, Jurnal Study Manajemen & Organisasi, 2(1), 35-37.
- Quinn, Robert E. John Rohrbaugh. 1983. **A SPATIAL MODEL OF EFFECTIVENESS CRITERIA: TOWARD A COMPETING VALUE APPROACH TO ORGANIZATIONAL ANALYSIS**, Management Science. v.29 n.39 p.363-377

Riyanti. 2004. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan dari Pengusaha Kecil di Indonesia. http://ebooks.iaccp.org/ongoing_themes/chapters/riyanti/riyanti.php?file=riyanti&output=screen. (Tanggal akses 13 November 2015)

Robbins, Stephen P., 2007, *PERILAKU ORGANISASI*, Edisi kesepuluh. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia

Sumiyarto, 2006, *MENGAPA ORGANISASI MENGADOPSI INOVASI: SEBUAH TELAAH LITERATUR*, Jurnal Manajemen dan Usahawan, vol 35, no. 10

Suryana, 2003, *KEWIRAUSAHAAN PEDOMAN PRAKTIS*, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Bandung : Salemba Empat

Suryana. 2006, *KEWIRAUSAHAAN*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta