PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PERILAKU KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI USAHA DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

(Studi pada Peserta Pelatihan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT), Kota Batu, Jawa Timur)

TESIS

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister

Oleh:

LINA KARTIKANINGRUM
NIM. 146030201011003

PROGRAM MAGISTER ILMU ADMINISTRASI BISNIS
MINAT MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

JUDUL TESIS

PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PERILAKU KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI USAHA DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

(Studi pada Peserta Pelatihan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) UKM Kota Batu, Jawa Timur)

Nama Mahasiswa : Lina Kartikaningrum

NIM : 146030201011003

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Minat : Manajemen Sumber Daya Manusia

KOMISI PEMBIMBING

Ketua : Arik Prasetya, S.Sos,. M.Si., Ph.D

Anggota : M. Kholid Mawardi, S.Sos., M.Si., Ph.D

TIM PENGUJI

Dosen Penguji 1 : Arik Prasetya, S.Sos,. M.Si., Ph.D

Dosen Penguji 2 : M. Kholid Mawardi, S.Sos., M.Si., Ph.D

Dosen Penguji 3 : Dr. Kusdi Raharjo, DEA

Dosen Penguji 4 : Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D

TESIS

PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PERILAKU KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI USAHA DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN (Studi pada Peserta Pelatihan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) UKM, Kota Batu JawaTimur)

Oleh:
LINA KARTIKANINGRUM
NIM. 146030201011003

Telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 18 Juli 2018
dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Pembimbing,

Ketua	Anggota
Arik Prasetya, S.Sos,. M.Si., Ph.D	**M. Kholid Mawardi. S.Sos., M.Si Ph.D**
NIP. 19760209 200604 1 001	NIP. 197604041999032001

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Magister Administrasi Bisnis

Dr. Kusdi Raharjo, DEA
NIP. 19570127 198403 1 001

Dekan
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya

Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS.
NIP. 19610905 198601 1 002

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repositor

PERNYATAAN
ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah TESIS ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah TESIS ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TESIS ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (MAGISTER) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
(UU NO. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang,

Mahasiswa,

Nama : Lina Kartikaningrum
NIM : 146030201011003
PS : Magister Administrasi Bisnis
PPSUB

Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository
Repository Universitas Brawijaya Repository Universitas Brawijaya Repository

MOTTO:

Life is full of surprise, but you have to open them hoping for the very best

Karya ini Ku persembahkan kepada:

Pertama saya persembahkan untuk kedua orang tua yang sampai sekarang masih terus mendukung untuk menyelesaikan pengerjaan tesis ini, terimakasih atas segala doanya. Kedua teruntuk suamiku danar Aly dan Anakku Alana Sabyra Dzahin yang selalu hadir menemani di setiap langkah-langkah dalam menyusun tesis hingga sampai selesai.

Repository Universitas Brawijaya

RIWAYAT HIDUP

Lina Kartikaningrum, lahir pada tanggal 13 April 1990, di Nganjuk Jawa Timur. Menempuh pendidikan dasar di SDN Payaman 2 Nganjuk pada Tahun 1996, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Nganjuk pada tahun 2002, Sekolah Menengah Atas di SMAN 2 Nganjuk pada tahun 2005. Melanjutkan jenjang S1 di Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2012. Pernah bekerja pada PT. Indosat pada tahun 2012 dan pernah bekerja pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) 2014.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji kepada Allah SWT yang senantiasa telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesempatan pada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini guna memperoleh gelar Magister Administrasi Bisnis. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan nabi kita Muhammad SAW, keluarga dan sahabat para nabi. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka tulisan ini tidak akan terwujud. Maka izinkanlah dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Brawijaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk kuliah di kampus ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Universitas Brawijaya yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan Magister Ilmu Administrasi Bisnis.
3. Bapak Dr. Kusdi Raharjo, DEA, selaku ketua Prodi Program Magister Ilmu Administrasi sekaligus sebagai dosen penguji I, yang telah banyak memberikan kritik maupun saran terhadap hasil penelitian saya demi kesempurnaan tugas ini.
4. Bapak Arik Prasetya, S.Sos,. M.Si., Ph.D, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis disela-sela padatnya akivitas dan selalu memberikan semangat serta motivasi selama masa bimbingan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak M. Kholid Mawardi, Ph.D selaku pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu disela-sela padatnya aktivitas untuk memberikan bimbingan bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

6. Bapak Yusri Abdillah, Ph.D selaku dosen penguji II yang telah banyak memberikan kritik dan saran terhadap hasil penelitian saya demi kesempurnaan tugas akhir ini.
7. Seluruh Dosen Magister Administrasi Bisnis yang senantiasa memberikan ilmu serta staff Magister Administrasi Bisnis yang telah melayani penulis dalam proses administrasi maupun akademik.
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan beserta doa untuk penulis agar dapat terus berjuang demi mencapai cita-cita. Untuk suami dan anak terimakasih sudah menemani, mendukung, mendoakan penulis dalam pengerjaan hingga selesai.
9. Sahabat dan teman-teman seperjuangan selama masa kuliah dan penyelesaian tesis Magister Ilmu Administrasi, yang selalu memberikan dukungan juga menjadi teman belajar dan diskusi.

Malang, Agustus 2018

Penulis

Lina Kartikaningrum

Repository Universitas Brawijaya

ABSTRAK

Lina Kartikaningrum, 2018. Program Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. "Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Perilaku Kewirausahaan, Motivasi Usaha dan Orientasi Kewirausahaan. Studi pada Peserta Pelatihan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu, Jawa Timur. Komisi Pembimbing, Ketua Pembimbing : Arik Prasetya, S.Sos ,. M.Si., Ph.D, dan Anggota: M. Kholid Mawardi, Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Perilaku kewirausahaan, dan Motivasi Usaha Terhadap Orientasi Berwirausaha di UKM yang menjadi peserta Pusat Pelatihan UKM di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan paradigma metode penelitian kuantitatif, dengan sampel berjumlah 73 peserta pelatihan UKM. Hasil penelitian menjelaskan bahwa semua hubungan yang dikembangkan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan. Salah satunya adalah pelatihan kewirausahaan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan. Manfaat teoritis dan praktis dalam penelitian ini menekankan pada studi Pelatihan Kewirausahaan UKM di negara-negara berkembang penting untuk penelitian berkelanjutan.

KATA KUNCI: UKM, Pelatihan Kewirausahaan, Perilaku Kewirausahaan, Motivasi Usaha, Orientasi Kewirausahaan.

Repository Universitas Brawijaya

ABSTRACT

Lina Kartikaningrum, 2018. Post graduate program of Administrative Science Faculty, Universitas Brawijaya. Effect of Entrepeneurship Training Towards Entrepeneurship Behavior, Bussiness Motivation and Entrepreneurship Orientation.

Supervisor: Arik Prasetya, S.Sos,. M.Si., Ph.D, and Co-Supervisor: M. Kholid Mawardi, Ph.D.

This study aims to determine the effect of entrepreneurship training, entrepreneurship behavior, and business motivation towards entrepreneurship orientation in SMEs which became members of SMEs Training Center in Indonesia. This research was conducted with paradigm of quantitative research method, with sample amounted to 73 participants of SME training. The results of the study explain that all the relationships developed in this study have a significant effect. One of them is entrepreneurship training that has a significant effect on entrepreneurship orientation. The theoretical and practical benefits in this study emphasize on the study of entrepreneurship training of SMEs in developing countries important for continuous research.

KEY WORDS: SMEs, entrepreneurship training, entrepreneurship behavior, business motivation,entrepreneurship orientation.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada sang pemilik segala pujian yaitu Allah SWT, yang senantiasa memberikan nafas hidup hingga pada hari ini penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini guna memperoleh gelar Magister Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Berkat usaha kerja keras dan do'a sehingga penelitian yang berjudul Pengaruh Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Perilaku Kewirausahaan, Motivasi Usaha dan Orientasi Kewirausahaan, Studi pada Peserta Pelatihan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu, Jawa Timur dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Sebabnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Maka dari itu, dengan kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran yang kontruktif demi penyempurnaan agar tulisan ini bisa bermanfaat sebagaimana mestinya. Akhir kata, selaku penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan tesis ini.

Malang, Agustus 2018

Penulis

Lina Kartikaningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PENGESAHAN ii
PERNYATAAN ORISINILITAS iii
MOTTO iv
RIWAYAT HIDUP v
UCAPAN TERIMAKASIH vi
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 9
1.3. Tujuan Penelitian 10
1.4. Manfaat Penelitian 11

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori
2.1.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah 13
2.1.2 Kewirausahaan 21
2.1.3 Pelatihan Kewirausahaan 23
2.1.4 Perilaku Kewirausahaan 29
2.1.5 Motivasi Usaha 33
2.1.6 Orientasi Kewirausahaan 37
2.2 Tinjauan Empiris
2.2.1 Hytti *et al.,(*2010)..... 42
2.2.2 Katerina et al.,(2010) 42
2.2.3 Audet *and* Couteret (2012) 43
2.2.4 Soininen *et al.,(*2013) 43
2.2.5 Sanches *and* Saquillo (2013) 44
2.2.6 Eijdenberg *et al.,(*2015) 44
2.2.7 Frese *et al.,* (2016) 45
2.2.8 Pittino *et al.,* (2016)..... 45

BAB III. KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual 50
3.2 Hubungan Antar Variabel 50
3.3 Hipotesis 55

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian 57
4.2. Variabel dan Pengukuran 58
4.3 Skala Pengukuran 63
4.4 Populasi dan Sampel 65
4.5 Sumber Data 67
4.6 Alat Pengumpulan Data 67
4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas 68
4.8 Metode Analisis Data 70
4.8.1 Analisis Deskriptif 70
4.8.2 Analisis Jalur 71
4.8.3 Model Jalur 72
4.8.4 Persamaan Jalur 72
4.8.5 Uji Triming Model 73

BAB V HASIL PENELITIAN

5.1 Sejarah PLUT 74
5.2 Profil Responden 76
5.3 Deskrpisi Variabel 81
5.4 Hasil Uji Analisis Jalur 90
5.5 Pembahasan 98
5.6 Ketepatan Model 99
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian 100

BAB VI KESIMPULAN

6.1Kesimpulan 107
6.2 Saran 108
6.3 Keterbatasan 109
.....

DAFTAR PUSTAKA 111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan dan sumbangan UKM Indonesia 1
Tabel 1.2 Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu, Jawa Timur. .. 7
Tabel 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu 46
Tabel 3.1 Dasar Perumusan Hipotesis 56
Tabel 4.1 Variabel dan *Item* *62*
Tabel 4.2 Penentuan Skor Jawaban Responden Menggunakan Skala Likert..... 64
Tabel 4.3 Interval Kelas Skala Likert 64
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel 69
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel 70
Tabel 5.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 76
Tabel 5.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia 77
Tabel 5.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan 78
Tabel 5.4 Jumlah karyawan yang dimiliki 79
Tabel 5.5 Penghasilan (Per Bulan) 80
Tabel 5.6 Distribusi Frekuensi Variabel Pelatihan Kewirausahaan (X)..... 81
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Kewirausahaan (Y1)..... 83
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Usaha (Y2) 85
Tabel 5.9 Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Kewirausahaan (Y3) 88
Tabel 5.10 Hasil Uji Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan 91
Tabel 5.11 Hasil Uji Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha..... 92
Tabel 5.12 Koefisien Jalur Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha 92
Tabel 5.13 Hasil Uji Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan..... 93
Tabel 5.13 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung..... 96
Tabel 5.14. Rekapitulasi Hasil Path..... 98

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses dan *output* pelatihan kewirausahaan 27
Gambar 3.1. Model Konseptual 50
Gambar 3.2 Model Hipotesis 55
Gambar 5.1 Kelembagaan PLUT KUMKM Kota Batu 75
Gambar 5.1 Diagram Hasil Analisis Jalur 99

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 9
1.3. Tujuan Penelitian 10
1.4. Manfaat Penelitian 11

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori
2.1.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah 13
2.1.2 Kewirausahaan 21
2.1.3 Pelatihan Kewirausahaan 23
2.1.4 Perilaku Kewirausahaan 29
2.1.5 Motivasi Usaha 33
2.1.6 Orientasi Kewirausahaan 37
2.2 Tinjauan Empiris
2.2.1 Hytti *et al.,(*2010)..... 42
2.2.2 Katerina et al.,(2010) 42
2.2.3 Audet *and* Couteret (2012) 43
2.2.4 Soininen *et al.,(*2013) 43
2.2.5 Sanches *and* Saquillo (2013) 44
2.2.6 Eijdenberg *et al.,(*2015) 44
2.2.7 Frese *et al.,* (2016) 45
2.2.8 Pittino *et al.,* (2016)..... 45

BAB III. KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual 50
3.2 Hubungan Antar Variabel 50
3.3 Hipotesis 55

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian 57
4.2. Variabel dan Pengukuran..... 58
4.3 Skala Pengukuran 63
4.4 Populasi dan Sampel 65
4.5 Sumber Data 67
4.6 Alat Pengumpulan Data 67
4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas 68
4.8 Metode Analisis Data 70
4.8.1 Analisis Deskriptif 70
4.8.2 Analisis Jalur 71
4.8.3 Model Jalur 72
4.8.4 Persamaan Jalur 72
4.8.5 Uji Triming Model 73

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB V HASIL PENELITIAN
5.1 Sejarah PLUT 74
5.2 Profil Responden 76
5.3 Deskrpisi Variabel 81
5.4 Hasil Uji Analisis Jalur 90
5.5 Pembahasan 98
5.6 Ketepatan Model 99
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian 100

BAB VI KESIMPULAN
6.1 Kesimpulan 107
6.2 Saran 108
6.3 Keterbatasan 109

DAFTAR PUSTAKA 111

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang dengan jumlah penduduk terbesar ke empat di dunia (BPS, 2016) memiliki beraneka ragam karakter sumber daya manusia yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian. Melalui jumlah penduduk yang besar tersebut Indonesia menjadi pasar menarik bagi para pengusaha baik domestik maupun investor asing. Berkaitan dengan pengusaha domestik atau dalam negeri, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berperan sebagai salah satu bidang perekonomian yang menjadi karakter utama ekonomi di Indonesia (Tambunan, 2008).

Peran usaha kecil di indonesia yang besar dapat dilihat melalui pertumbuhan jumlah UKM yang semakin tinggi dan juga sumbangan Produk Domestik Bruto (PDB) bagi negara yang besar bagi negara. Berikut ini merupakan pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Indonesia terbaru yang disajikan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Pertumbuhan dan sumbangan UKM Indonesia

No		Tahun 2014	Tahun 2015
1.	Jumlah UKM	56.539.560 (Unit)	57.900.787 (Unit)
2.	Jumlah Tenaga Kerja	107.657.509 (orang)	117.681.244 (orang)
3.	Sumbangan terhadap PDB	4.869.568 (Rp.Miliar)	5.440.007 (Rp.Miliar)

Sumber : (BPS)

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di indonesia mengalami pertumbuhan lebih dari satu juta unit Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dari tahun 2011 ke tahun 2012. Selain itu, pertumbuhan jumlah unit Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga diikuti dengan pertumbuhan jumlah tenaga kerja yang terserap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yaitu 101 juta lebih penduduk pada tahun 2011 dan meningkat pesat pada tahun 2012 sebesar 107 juta lebih penduduk. Jika mengingat jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 255 juta (KemenkoPMK, 2016) hal tersebut berarti hampir separuh penduduk Indonesia ikut ambil bagian dalam segmen Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Peran besar lainnya yaitu melalui sumbangan PDB 2012 yang mencapai Rp. 1.504 triliun sudah membuktikan bahwa sektor usaha kecil berpengaruh besar bagi perkembangan ekonomi Indonesia walaupun masih banyak sektor lain yang memberikan sumbangan bagi PDB negara. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) selalu berkaitan dengan dunia kewirausahaan, para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia yang memiliki beraneka ragam inovasi dilatar belakangi oleh pengetahuan dunia kewirausahaan yang komplek (Tambunan, 2008).

Kewirausahaan menurut Schumpeter (2001) yaitu kemampuan untuk melihat peluang dan memanfaatkan peluang atau kesempatan tersebut untuk menghasilkan nilai tambah dalam perekonomian seseorang. Dengan kata lain kewirausahaan merupakan perilaku atau sikap yang didasarkan dengan pemikiran inovatif yang berguna bagi orang lain dan memberikan keuntungan bagi diri sendiri dalam bidang bisnis. Selain itu, kewirausahaan merupakan kegiatan yang dapat membentuk karakter seseorang untuk memiliki jiwa daya saing dengan memanfaatkan peluang sekecil apapun. Begitu pentingnya

kewirausahaan sebagai dasar bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk meningkatkan daya saing memunculkan berbagai pertanyaan yang menjadi fenomena baru. Banyak diketahui bahwa fenomena pelaku usaha kecil yang tidak memiliki latar belakang pendidikan tinggi berkaitan dengan dunia kewirausahaan ternyata dapat mencapai sukses. Selain itu tidak sedikit juga pelaku usaha yang sudah memiliki latar belakang pendidikan tinggi berkaitan dengan dunia bisnis belum mencapai kesuksesan yang diinginkan. Berdasarkan fenomena-fenomena yang muncul dalam dunia kewirausahaan tersebut menjadikan sebuah pertanyaan baru yaitu, apakah kewirausahaan diciptakan atau dilahirkan? (Priyono dan Muqorobin, 2015). Untuk menjawab pertanyaan tersebut salah satu cara yang saat ini sedang gencar dikembangkan pemerintah melalui program NAWACITA yang menyebutkan bahwa penumbuhan dan pengembangan wirausaha baru menjadi program pemerintah melalui KemenkoPMK. Penumbuhan wirausaha baru dapat diciptakan melalui program-program yang disusun pemerintah agar semakin banyak masyarakat yang berdaya saing tinggi demi kemajuan ekonomi negara.

Berdasarkan penjelasan Tambunan, (2008) terdapat tiga bagian dalam perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yaitu dilihat dari pandangan klasik, pandangan modern dan juga pandangan yang pro Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yaitu perkembangan ekonomi sebuah negara lebih mengutamakan kebijakan yang Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Melalui pandangan yang pro Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tersebut dijelaskan bahwa pemerintah berperan secara tidak langsung dan langsung bagi perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia. Peran secara tidak langsung dapat melalui pembangunan infrastruktur dan juga pelayan publik

yang baik, sedangkan peran secara langsung dapat melalui program kredit modal usaha atau pelatihan dalam hal peningkatan kualitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Pentingnya pelatihan bagi usaha kecil diungkapkan oleh Katerina *et al.*,(2010) yang menyatakan bahwa program pelatihan bagi wirausaha dapat memperluas pemikiran mengenai ide-ide baru dan wawasan yang selama ini tidak terpikirkan. Melalui media pelatihan bagi pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan kualitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan juga melalui media pelatihan akses yang luas berkaitan dengan relasi bisnis dan konsumen semakin terjalin baik. Beberapa manfaat lain yang dijelaskan melalui pelatihan kewirausahaan menurut Katerina *et al* (2010), yaitu :

1). Sebagai media untuk mendapatkan wawasan dan ide baru

2). Sebagai bahan evaluasi selama mendirikan sebuah usaha

3). Sebagai bahan untuk analisis kekurangan dan kelebihan usaha

4). Sebagai data yang diperoleh untuk membuat keputusan usaha

Berdasarkan penjelasan manfaat-manfaat yang diberikan melalui pelatihan kewirausahaan dapat disimpulkan bahwa pelatihan kewirausahaan dibutuhkan untuk menumbuhkan dan meningkatkan semangat dalam berwirausaha. Kewirausahaan memiliki proses yang harus dilewati oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) proses tersebut misalnya melalui berbagai tantangan dan kesulitan baik dari diri sendiri maupun faktor dari persaingan bisnis. Namun, berbagai proses tersebut dapat menumbuhkan dan melatih perilaku kewirausahaan yang positif dan menjadikan seorang pelaku usaha semakin hari semakin matang dalam menghadapi tantangan bisnis.

Perilaku kewirausahaan yang dimiliki oleh seorang wirausaha pada kenyataannya memang perlu dikembangkan, misalnya dengan menambah pengetahuan wawasan. Penambahan pengetahuan dan wawasan itu seharusnya dilakukan secara bertahap dan terus menerus melalui proses belajar. Kirkley (2016) menyatakan bahwa terkadang setiap proses belajar itu tidak disadari sebagai alat dalam mengembangkan perilaku kewirausahaan, karena biasanya itu dianggap sebagai bagian dari pengalaman. Padahal pengalaman itu sendiri dapat dijadikan cermin untuk selalu menetukan yang terbaik di masa yang akan datang. Dengan pengalaman-pengalaman itu pula setiap wirausaha diharapkan selalu belajar dan belajar untuk menambah pengetahuannya. Selain itu, Sanches *et al* (2013) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan yang terus berkembang baik mampu menjadi motivasi pribadi untuk mencapai tujuan yang lebih baik dalam berwirausaha.

Motivasi usaha merupakan stimulus baik dari diri sendri atau llingkungan luar untuk mendorong seseorang dalam berperilaku yang berkaitan dengan kewirausahaan. Hytti *et al* (2013) menyatakan bahwa motivasi menjadi wirausaha bisa dibentuk dengan pola pendidikan kewirausahaan yang tersistematis dan terukur dalam prosesnya. Selain itu, menurut Azwar (2000) motivasi merupakan bentuk rangsangan yang didapat karena kondisi lingkungan, kelompok, dan individu secara pribadi yang berpengaruh terhadap pemikiran didalamnya untuk berbuat sesuatu dengan lebih semangat.

Berdasarkan penjelasan para ahli motivasi dapat diartikan sebagai perubahan sikap dan pemikiran yang didapat dari berbagai macam stimulus kepada individu untuk berbuat suatu hal yang dikehendaki atau sudah ditetapkan sebagai tujuan. Motivasi yang tinggi pada hakikatnya akan meningkatkan semangat bagi pelaku usaha untuk terus berfokus pada kewirausahaan atau berorientasi kewirausahaan.

Kewirausahaan sendiri merupakan proses pengembangan dari sikap kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Hubeis, 2009). Pada saat membuat kegiatan bisnis baru atau yang sudah berjalan, pelaku usaha setidaknya memiliki orientasi kewirausahaan seperti keinginan untuk mencapai tujuan, berani mengambil resiko, dan mampu memanfaatkan ide-ide baru diintegrasikan dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki, dan imajinasi secara pribadi sehingga mampu membuat perbedaan besar tidak hanya membuat usaha sebagai cara untuk bertahan hidup sehari-hari namun juga mampu berkembang lebih baik dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas demi peningkatan ekonomi pelaku usaha.

Perkembangan usaha kecil yang cepat secara nasional juga berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di daerah-daerah lain di Indonesia dan salah satu daerah tersebut adalah Kota Batu, Jawa Timur. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dapat diketahui pada Tabel 1.2 berikut berkaitan dengan perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Tabel 1.2 Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu, Jawa Timur.

Kecamatan	Tahun 2015	
	Kecil	Menengah
Kecamatan Batu	68	10
Kecamatan Junrejo	32	2
Kecamatan Bumiaji	16	3
Total	116	15

Sumber : BPS Kota Batu. 2015

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa Kota Batu muncul sebagai salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam bidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Citra sebagai Kota Wisata telah berdampak besar bagi peningkatan iklim usaha didalamnya. Berbagai wahana wisata dan wisata alami yang dikelola dengan baik oleh pemerintah Kota Batu dan pihak swasta menjadikan kunjungan wisatawan semakin tinggi baik domestik maupun wisata asing. Hal tersebut juga secara langsung berdampak pada semakin menggeliatnya ekonomi masyarakat Kota Batu. Pusat oleh-oleh berupa kerajinan tangan, olahan produk makanan minuman sebagai salah satu produk andalan dan masih banyak lainnya sektor yang berkembang karena faktor kedatangan wisatawan yang semakin tinggi setiap tahun.

Potensi iklim usaha yang baik direspon pemerintah melalui pembentukan program-program yang mendukung Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Salah satunya adalah mendirikan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu sebagai wadah untuk mengadakan pelatihan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu dan sekitarnya seperti Kecamatan Pujon, Kecamatan Karangploso, atau Kecamatan Dau yang berada di Luar daerah Kota Batu. PLUT

sebagai salah satu program pemerintah pada tahun 2013 melalui KemenkoPMK dan kemudian diambil alih fungsinya oleh pemerintah Kota Batu melalui Diskoperindag Kota Batu. Tujuan didirikan PLUT adalah sebagai wadah untuk meningkatkan kualitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) baik yang sudah ada atau yang sudah berjalan. Fasilitias dan layanan yang diberikan meliputi yaitu,

1). Konsultasi Bisnis

2). Fasilitas sarana dan prasarana promosi

3). Fasilitas perluasan jaringan usaha

4). Fasilitas akses permodalan

5). Layanan pustaka

6). Pendamping penerapan teknologi tepat guna

7). Bimbingan teknis pengembangan usaha dan penumbuhan wirausaha

Fasilitas dan layanan yang diberikan oleh PLUT merupakan program yang ditujukan kepada para pelaku usaha yang mengikuti pelatihan didalamnya. Berbagai karakter yang dimiliki pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu datang dengan segala jenis permasalahan yang dialami, namun pertanyaan dan masalah yang ada yaitu, apakah PLUT dapat sebagai solusi bagi usaha kecil untuk membantu meningkatkan kualitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) selama ini masih menjadi pertanyaan yang perlu ditelaah lebih dalam.

Selain itu, penjelasan mengenai variabel-variabel yang dibahas pada penelitian sebelumnya diketahui masih terdapat celah atau *Gap* penelitian misalnya penelitian-penelitian dengan pentingnya pelatihan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia yang masih jarang dilakukan (Tambunan, 2008) terutama mengenai peran pemerintah dalam perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sedangkan penelitian-penelitian dengan tema pelatihan

kewirausahaan yang menekankan pada peran pemerintah telah dilakukan di negara-negara maju seperti Audet *and* Couteret (2012) di Negara Kanada dan Katerina *et al.,* (2010) di negara Swedia. Sehingga celah penelitian ini untuk memperkaya pembahasan pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di negara berkembang seperti indonesia terutama peran pemerintah di dalamnya.

Pelatihan kewirausahaan yang dibentuk dalam program-program pemerintah diharapkan dapat memotivasi pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk lebih bersemangat demi mencapai kualitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang mampu berdaya saing. Pada lain sisi, perilaku kewirausahaan yang dikembangkan dengan baik melalui media pelatihan dan suasana persaingan bisnis yang kompetitif dapat memberi manfaat bagi perekonomian Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Pelatihan kewirausahaan dan pengembangan perilaku kewirausahaan yang menuju arah positif dapat meningkatkan motivasi usaha bagi pelaku UMKM yang pada akhirnya dapat mengarahkan pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk berorientasi pada bidang kewirausahaan dan mampu mewujudkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berdaya saing dan berkualitas untuk membantu pertumbuhan ekonomi bagi bangsa.

Berdasarkan penjelasan latar belakang, teori, masalah yang diangkat dan juga *gap* penelitian maka penelitian ini mengangkat judul yaitu,"Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan, Motivasi Usaha Dan Orientasi Kewirausahaan".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Kewirausahaan?
2. Apakah Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha?
3. Apakah Perilaku Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha?
4. Apakah Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan?
5. Apakah Perilaku Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan?
6. Apakah Motivasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausaha?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan.
2. Untuk menjelaskan pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha.
3. Untuk menjelaskan pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha.
4. Untuk menjelaskan pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan.
5. Untuk menjelaskan pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan.

6. Untuk menjelaskan pengaruh Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini memberikan sumbangan pada pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen sumber daya manusia yaitu :

a. Memberikan sumbangan pada pengembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang Pelatihan Kewirausahaan, Perilaku Kewirausahaan, Motivasi dan Orientasi Kewirausahaan pada pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM).
b. Memberikan sumbangan pengetahuan berkaitan ilmu manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan proses Pelatihan Kewirausahaan, Perilaku Kewirausahaan dan Motivasi

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah :

a. Secara praktis bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) akan meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara Pelatihan Kewirausahaan, Perilaku Kewirausahaan, Motivasi Usaha dan Orientasi Kewirausahaan, Diharapkan berguna untuk menentukan strategi pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)dan meningkatkan kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dimasa yang akan datang.
b. Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), secara khusus bagi PLUT Kota Batu sebagai bagian dari program pemerintah yang

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

menekankan pembinaan terkait bagaimana usaha kecil berinovasi, tentang perannya yaitu Pelatihan Kewirausahaan, Perilaku Kewirausahaan, Motivasi Usaha dan Orientasi Kewirausahaan.

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Usaha kecil menengah merupakan sektor usaha yang memilki peranan cukup tinggi dalam perekonomian daerah, terutama dalam penyediaan lapangan kerja. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian suatu negara, tidak terkecuali Indonesia. Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Walaupun kecil dalam skala jumlah pekerja, aset dan omzet, namun karena jumlahnya cukup besar, maka peranan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) cukup penting dalam menunjang perekonomian.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan potensi bisnis yang saat ini digalakkan oleh pemerintah, karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Meskipun Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki sejumlah kelebihan yang memungkinkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat berkembang dan bertahan dalam krisis, tetapi sejumlah fakta juga menunjukkan bahwa tidak semua usaha kecil dapat bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi. Banyak Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mengalami kesulitan

untuk mengembalikan pinjaman akibat melonjaknya suku bunga lokal, selain itu adanya kesulitan dalam proses produksi akibat melonjaknya harga bahan baku yang berasal dari impor. Banyak faktor yang mempengaruhi prestasi perusahaan kecil diantaranya adalah pengaruh faktor internal dan eksternal (Wang dan Wong, 2004).

Berbagai pengertian mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah dijelaskan melalui undang-undang atau peraturan pemerintah, menurut Hakim (2009) antara lain yaitu :

a. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998

Pengertian Usaha Kecil Menengah: Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

b. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)

Pengertian Usaha Kecil Menengah: Berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitias usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

c. Menurut UU No.20 Tahun 2008

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 disusun sebagai upaya untuk mengatur dan mengklasifikasikan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berkaitan dengan kinerja keuangan, azas kerja UMKM, pemberdayaan oleh pemerintah daerah dan pemerintah pusat dan pemberdayaan sumber daya manusia pada UMKM. Melalui UU ini diperbaharui penjelasan mengenai usaha

kecil menerangkan kategori yang termasuk dalam usaha kecil berdasarkan aset dan hasil penjualannya. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,-.

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,-

Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,-

Selain itu, dalam pasal 4 dan pasal 5 UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha kecil, prinsip dan tujuan pemberdayaan UMKM dalam Saiman (2009) sebagai berikut:

Prinsip pemberdayaan usaha kecil:

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan usaha kecil untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
2. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan;

3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha kecil;
4. Peningkatan daya saing usaha kecil;
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu;
6. Tujuan pemberdayaan usaha kecil;
7. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan;
8. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha kecil menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
9. Meningkatkan peran usaha kecil dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dan kemiskinan.

Bab IV, Pasal 20 pada UU No. 20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa pemerintah pusat dan daerah mengatur dan memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberikan insentif bagi UKM untuk mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup.

Berdasarkan pengertian usaha kecil pada UU No. 20 Tahun 2008, pelaku UKM pada sektor penelitian ini terletak pada kategori usaha kecil dan menengah (UKM). Pemberdayaan yang dilakukan berdasarkan prinsip dan tujuan pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yaitu penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.

2.1.1.1 Potensi dan Hambatan UMKM

Potensi dari UMKM sendiri di Indonesia cukuplah besar. Menurut Tambunan (2009), beberapa potensi UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Memajukan perekonomian pedesaan sehingga bisa mengurangi urbanisasi ke kota besar
2. UMKM bersifat padat karya, sehingga mempunyai potensi menyerap tenaga kerja yang besar
3. Mampu bertahan menghadapi krisis, yang terbukti banyak UMKM yang bisa bertahan pada saat terjadi krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1997/1998

Kementerian Koperasi dan UKM dalam Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM RI menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi yang dipengaruhi oleh sisi internal dan eksternal UMKM, yakni sebagai berikut:

1. Potensi internal
   a. Terus bertambahnya jumlah UMKM merupakan modal dasar untuk berkonstribusi lebih besar dalam perekonomian.
   b. Struktur dan karakteristik organisasi UMKM yang cukup fleksibel memberi kemudahan untuk menyesuaikan dengan perubahan pasar dan perekonomian.
   c. UMKM menghasilkan produk dan jasa dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat, sehingga UMKM berkontribusi dalam penguatan pasar domestik, khusunya dalam penyediaan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan utama masyarakat.

d. Produk yang dihasilkan oleh UMKM sebagian besar memiliki kaitan yang kuat dengan sumber daya dan budaya lokal, serta pengetahuan keterampilan tangan dan pola kerja yang diwariskan secara turun-temurun. Penggunaan sumber daya lokal ini dapat mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku impor.

e. Jumlah UMKM yang besar merupakan potensi untuk pengembangan keterkaitan usaha dalam skema rantai nilai dan rantai pasok sehingga efesiensi dalam sistem produksi dan pemasaran dapat ditingkatkan.

2. Potensi eksternal

a. UU No. 20/2008 tentang UMKM dan PP No. 17/2013 tentang pelaksanaan UU No.20/2008 telah memberi kepastian hukum bagi pengembangan UMKM.

b. Kemudahan dalam mendirikan usaha secara informal di Indonesia, khususnya pada skala mikro, menjadikan potensi penumbuhan wirausaha baru dan UMKM sangat besar. Indonesia juga digolongkan sebagai Negara yang paling kondusif untuk memulai usaha (lebih tinggi dari Amerika, Kanada, India, dan Australia serta 19 negara lain) berdasarkan survey *Globescan & Program on International Policy Attitudes, University of Maryland* pada tahun 2011.

c. Kemudahan untuk mendirikan usaha juga didukung dengan ketersediaan sumber daya alam dan skala permintaan yang besar (populasi penduduk yang besar), meskipun tingkat kreativitas dalam

pemanfaatan sumber daya alam dan potensi permintaan pasar tersebut berbeda antar wilayah.

d. Kebijakan pemerintah pusat dan daerah, serta dukungan pemangku kepentingan lainnya memungkinkan UMKM untuk terus berkembang.

e. Peningkatan proporsi penduduk usia prosuktif, yang disertai pendidikan dan keterampilan yang lebih tinggi, menjadi sumber tenaga kerja terampil dan penumbuhan pengusaha dengan kapasitas yang lebih baik.

Mengacu pada besarnya potensi UMKM pada suatu negara, khususnya Indonesia, tidak sedikit UMKM yang menghadapi hambatan-hambatan untuk bertahan dan mengembangkan bisnis mereka. Pada umumnya, permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut Tambunan (2002), antara lain meliputi:

1. Kesulitan pemasaran

   Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UKM. Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar domestik dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun di pasar ekspor.

2. Keterbatasan finansial

   UKM, khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial: mobilisasi modal awal (*start-up capital*) dan akses ke modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan *output* jangka panjang. Walaupun pada

umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak cukup untuk kegiatan produksi.

3. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM)

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *enterpreunership*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar.

4. Masalah bahan baku

Keterbatasan bahan baku (dan input-input lainnya) juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia. Hal ini dikarenakan jumlah ketersediaan bahan baku yang terbatas serta harga bahan baku yang tinggi.

5. Keterbatasan teknologi

Keterbatasan teknologi khususnya usaha-usaha rumah tangga (mikro), disebabkan oleh banyak faktor di antaranya, keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru atau untuk menyempurnakan proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi atau mesin-mesin dan alat-alat produksi baru, dan keterbatasan SDM yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru atau melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi.

Sementara itu tantangan yang perlu ditangani dalam pengembangan UMKM ke depannya menurut Rencana Straregis Kementerian Koperasi dan UMKM RI tahun 2015-2019, di antaranya:

1. Peningkatan formalisasi usaha dengan tata kelola usaha yang lebih baik.
2. Peningkatan produktivitas yang didukung tenaga kerja terampil dan penerapan teknologi.
3. Peningkatan kapasitas untuk kapasitas untuk membangun kemitraan dan bergabung dalam jaringan produksi dan pemasaran global.
4. Pemanfaatan peluang yang semakin terbuka dari penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan perjanjian kerjasama ekonomi bilateral dan kawasan lainnya.
5. Perbaikan kebijakan dan peraturan yang responsif terhadap perbaikan kinerja dan daya saing.

2.1.2 Kewirausahaan

Berbagai literatur yang membahas tentang kewirausahaan memiiki pandangan lain dan membuat definisi kewirausahaan semakin luas. Istilah kewirausahaan berasal dari bahasa Perancis yaitu entrepreneur yang diterjemahkan dalam bahasa Inggris sebagai *between taker* atau perantara (Alma, 2003). Kewirausahaan merupakan padanan dari kata *entrepreneurship* sehingga kata *entrepreneur* dalam bahasa Indonesia dipadankan dengan kata wirausaha. Wira berarti gagah, berani, perkasa, sedangkan usaha dipadankan dengan kata bisnis sehingga kata wirausaha dapat diartikan sebagai orang yang berani atau perkasa dalam usaha/bisnis.

Menurut Sumarsono (2010) kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah suatu *intangible culture*, suatu kemampuan *structural non fiskal* yang mampu menggerakan sosok fiskal. Kewirausahaan mengkombinasikan empat faktor produksi yaitu *land, labour, capital,* dan *skill.* Selanjutnya Longenecker (2001) menyatakan bahwa kata wirausaha kadangkala diberikan hanya kepada mereka yang benar-benar membuka usaha baru bila konsep itu diperluas termasuk didalamnya berbagai macam kemandirian dalam pilihan bisnis. Kemudian Hubeis (2009) menjelaskan kewirausahaan adalah suatu proses penciptaan sesuatu yang baru dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada, bagi kesejahteraan individu dan memberikan nilai tambah kepada masyarakat dengan kekuatan yang ada pada dirinya.

Berbagai pengertian menurut para ahli di atas menunjukan kewirausahaan merupakan faktor penting bagi penunjang ekonomi negara dan juga berperan dalam berbagai bidang. Sumarsono (2010) menyatakan peran wirausaha bagi lingkungan sebagai berikut:

a. Memperbaharui dengan" merusak secara kreatif".
b. Dengan keberaniannya melihat dan mengubah apa yang sudah dianggap mapan, rutin dan memuaskan.
c. Inovator
d. Menghadirkan hal yang baru bagi masyarakat.
e. Mengambil dan memperhitungkan resiko.
f. Mencari peluang dan memanfaatkannya.

Peran pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang besar akan menjadikan ekonomi yang kuat dan mandiri sebagai suatu bangsa telah tumbuh pesat di Indonesia, namun semakin banyaknya pertumbuhan Usaha Kecil dan

Menengah (UKM) di Indonesia harus diikuti dengan penumbuhan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang berkualitas. Tidak hanya mendirikan usaha untuk bertahan hidup, mendirikan usaha secara ilegal dan mengganggu ketertiban umum di tengah masyarakat harus diikuti dengan kesadaran memiliki sikap berorientasi pada kewirausahaan yang akan menuntun pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi usaha yang berdaya saing dan tertib berkaitan dengan legalitasnya. Harapan yang ingin dicapai yaitu melalui sikap berorientasi terhadap kewirausahaan diharapkan membawa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi badan usaha yang lebih professional.

2.1.3 Pelatihan Kewirausahaan

Pelatihan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan. Oleh karena itu, proses ini terikat dengan berbagai tujuan, pelatihan dapat dipandang secara sempit maupun luas. Secara terbatas, pelatihan menyediakan para individu dengan pengetahuan yang spesifik dan dapat diketahui serta keterampilan yang digunakan dalam pekerjaan. Terkadang ada batasan yang ditarik antara pelatihan dengan pengembangan, dengan pengembangan yang bersifat lebih luas dalam cakupan serta memfokuskan pada individu untuk mencapai kemampuan baru yang berguna baik bagi pekerjaannya saat ini maupun di masa mendatang.

Sedangkan Katerina et la., (2012) mendefinisikan pelatihan merupakan bagian dari investasi SDM (*human investment*) untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kerja, dan dengan demikian meningkatkan kinerja. Pelatihan biasanya dilakukan dengan kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan,

diberikan dalam waktu yang relatif pendek, untuk membekali seseorang dengan keterampilan kerja.

Pelatihan didefinisikan oleh Soinonen sebagai "usaha untuk meningkatkan kinerja usaha dalam pekerjaannya sekarang atau dalam pekerjaan lain. Selanjutnya, sehubungan dengan definisinya tersebut, Soinonen et al., (2010) mengemukakan sejumlah butir penting yang diuraikan di bawah ini: Pelatihan (*training*) adalah "sebuah proses sistematis untuk mengubah perilaku kerja seorang/sekelompok dalam usaha meningkatkan kinerja usaha. Pelatihan terkait dengan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk pekerjaan yang sekarang dilakukan. Pelatihan berorientasi ke masa sekarang dan membantu individu untuk menguasai keterampilan dan kemampuan (kompetensi) yang spesifik untuk berhasil dalam pekerjaannya.

Pelatihan menurut Audet *and* Couteret (2013) adalah Proses mengajarkan seseorang ilmu, ketrampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan terkait bisnis. Pelatihan merupakan salah satu usaha dalam meningkatkan mutu sumber daya manusia dalam dunia bisnis pelaku usaha yang baru atau sudah lama tetap perlu mengikuti pelatihan karena adanya tuntutan pekerjaan yang dapat berubah akibat perubahan lingkungan kerja, strategi, dan lain sebagainya.

b. Tujuan Pelatihan

Tujuan umum pelatihan sebagai berikut :

(1) untuk mengembangkan keahlian, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan lebih efektif,

(2) untuk mengembangkan pengetahuan, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara rasional, dan

(3) untuk mengembangkan sikap, sehingga menimbulkan kemauan kerjasama dengan teman-teman pegawai dan dengan manajemen (pimpinan).

Sedangkan komponen-komponen pelatihan sebagaimana dijelaskan oleh Sanhes and Saquillo (2013) terdiri dari :

1) Tujuan dan sasaran pelatihan dan pengembangan harus jelas dan dapat di ukur

2) Para pelatih (trainer) harus ahlinya yang berkualitas memadai (profesional)

3) Materi pelatihan dan pengembangan harus disesuaikan dengan tujuan yang hendak di capai

4) Peserta pelatihan dan pengembangan (trainers) harus memenuhi persyaratan yang ditentukan.

Dalam pengembangan program pelatihan, agar pelatihan dapat bermanfaat dan mendatangkan keuntungan diperlukan tahapan atau langkah-langkah yang sistematik. Secara umum ada tiga tahap pada pelatihan yaitu tahap penilaian kebutuhan, tahap pelaksanaan pelatihan dan tahap evaluasi. Atau dengan istilah lain ada fase perencanaan pelatihan, fase pelaksanaan pelatihan dan fase pasca pelatihan.

Sanhes and Saquillo (2013) menjelaskan bahwa tahapan-tahapan dalam pelatihan meliputi :

(1) mengidentifikasi kebutuhan pelatihan / need assesment;

(2) menetapkan tujuan dan sasaran pelatihan;

(3) menetapkan kriteria keberhasilan dengan alat ukurnya;

(4) menetapkan metode pelatihan;

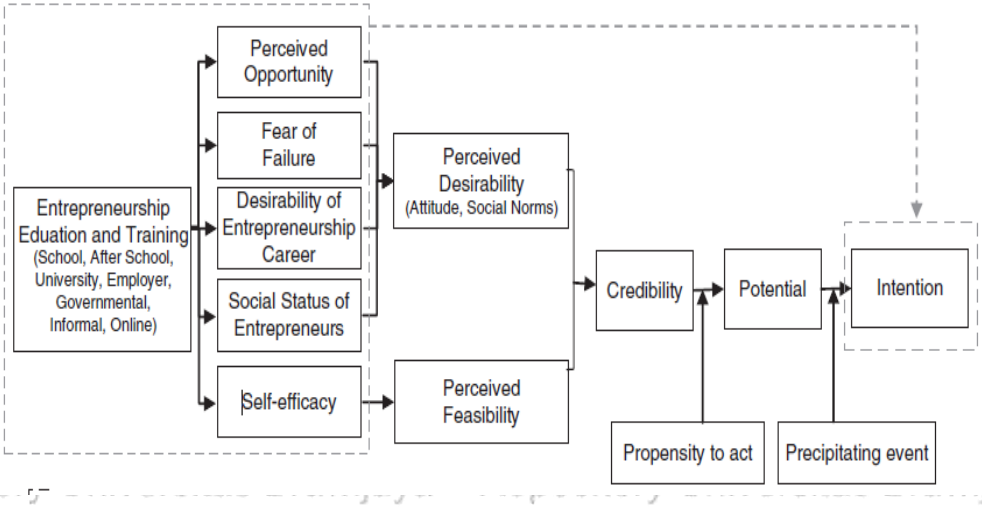
(5) mengadakan percobaan (try out) dan revisi; dan

(6) mengimplementasikan dan mengevaluasi.

Pelatihan kewirausahaan menurut Bolton and Lane (2014) yaitu proses membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku menjadi seorang wirausahawan *(entrepreneur)* sejati sehingga mengarahkan kepada keputusan untuk berwirausaha sebagai pilihan karir. Pilihan tersebut merupakan akibat dari berbagai stimulus yang diberikan melalui pelatihan kewirausahaan dengan berbagai metode pembelajaran misalnya teori dengan praktek yang bertujuan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum mengenal dunia wirausaha menjadi semakin tertarik untuk lebih mendalami atau individu yang sudah lama berjalan dalam dunia bisnis ingin meningkatkan kompetensi dan wawasannya.

Tahapan-tahapan dalam pelatihan kewirausahaan disusun secara sistematis agar individu mampu memiliki sikap, perilaku, dan motivasi untuk berwirausaha sesuai tujuan yang ingin dicapai dalam prosesnya. Berikut ini merupakan tahapan-tahapan yang diberikan dalam proses pelatihan

kewirausahaan dan keluaran yang ingin dicapai yang dijelaskan pada gambar ini



Gambar 2.1 Proses dan *output* pelatihan kewirausahaan

Sumber : Krueger (1994) dalam Katerina *et al*.,(2010)

Berdasarkan gambar tersebut pendidikan kewirausahaan dan pelatihan yang diberikan melalui berbagai sumber dapat mempengaruhi niat untuk berwirausaha pada seseorang. Hal ini dimulai pada berbagai faktor pendorong misalnya faktor kesempatan yang tidak ingin dilewatkan seseorang untuk mendapat keterampilan wirausaha. Selain itu faktor ketakutan akan kegagalan dalam karir juga menjadi faktor pendorong untuk berwirausaha. Pada bagian ketiga yaitu pilihan karir dalam pekerjaan yang semakin sulit mendorong untuk mencari solusi lain yaitu sebagai wirausahawan. Selanjutnya, proses menjadi seorang wirausahawan dimiliki karena latar belakang sosial atau keluarga yang telah lebih dulu memberi stimulus untuk individu memilih karir sebagai pengusaha. Bagian terakhir dalam tahap ini adalah pendidikan kewirausahaan dapat membentuk afiliasi diri bagi individu untuk lebih percaya diri dan meningkatkan semangat dalam memilih karir sebagai seorang *entrepreneur.*

Berbagai sumber yang didapatkan oleh individu berkaitan dengan pendidikan kewirausahaan salah satunya adalah melalui lembaga-lembaga

pelatihan yang telah menyusun sistem pelatihan pada proses pembelajarannya agar meningkatkan wawasan dan keahlian pelaku usaha. Hal tersebut sesuai dengan visi misi pemerintah saat ini yang lebih mengembangkan dunia wirausaha bagi para pebisnis baru atau yang lama agar pelatihan kewirausahaan menjadi salah satu strategi yang tepat untuk peningkatan usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Tambunan (2008) menyatakan bahwa salah satu cara untuk menumbuhkan sikap wirausaha bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia adalah dengan mengarahkan pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui media pelatihan dalam bentuk program-program pelatihan kewirausahaan. Hal tersebut sudah dilakukan pemerintah melalui pembentukan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) sebagai wadah untuk menampung pelaku usaha kecil dan membantu mengarahkan berbagai persoalan yang sering dihadapi misalnya perizinan, manajemen usaha, pemasaran, dan keahlian yang masih sedikit dalam bidang yang didalami.

Salah satu faktor pendorong kewirausahaan adalah melalui pelatihan kewirausahaan. Pelatihan merupakan aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap untuk meningkatkan kinerja saat ini dan masa yang akan datang. Katerina *et al.,*(2010) merumuskan pelatihan menjadi tiga tahapan integratif yaitu tahap penilaian, tahap implementasi dan tahap evaluasi. Tahap pertama, tahap untuk menentukan kebutuhan apa saja yang harus diakomodasikan dalam pelatihan termasuk bagaimana format dan rancangan pelatihan yang akan diimplementasikan. Tahap kedua, mengimplementasikan semua keputusan tentang pelatihan yang dihasilkan dari tahap pertama. Tahap evaluasi adalah untuk memastikan bahwa

pelatihan yang dilaksanakan telah mencapai target yang ditentukan atau sejauh mana efektivitas pelatihan dapat dicapai.

Penelitian dikembangkan berdasarkan penelitian Katerina *et al.,* (2010) yang membahas tentang manfaat pelatihan kewirausahaan bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam meningkatkan kinerja melalui proses kreatifitas dan inovasi.

2.1.4 Perilaku Kewirausahaan

Penambahan pengetahuan dan wawasan itu seharusnya dilakukan secara bertahap dan terus menerus melalui proses belajar. Terkadang setiap proses belajar itu tidak disadari sebagai alat dalam mengembangkan perilaku kewirausahaan, karena biasanya itu dianggap sebagai bagian dari pengalaman. Padahal pengalaman itu sendiri dapat dijadikan cermin untuk selalu menetukan yang terbaik di masa yang akan datang. Dengan pengalaman-pengalaman itu pula setiap wirausaha diharapkan selalu belajar dan belajar untuk menambah pengetahuannya

Menurut Soininen *et al* (2013), *"Character is defined as the pattern of behavior characteristic for a given individual"*. Sifat-sifat watak dapat disampaikan dengan sifat dan perilaku. Teori perilaku dalam Sanches *and* Sahuquilo (2013), menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan seseorang adalah hasil dari sebuah kerja yang bertumpu pada konsep dan teori bukan karena sifat kepribadian seseorang atau berdasarkan intuisi. Jadi menurut teori ini kewirausahaan dapat dipelajari dan dikuasai secara sistematik dan terencana

Soininen *et al* (2013) telah membedakan antara perilaku kewirausahaan yang terstimulasi secara eksternal untuk meluncurkan suatu usaha dimulai dengan adanya pemahaman akan peluang dan pola perilaku yang terstimulasi

secara internal pada saat para individu terlibat dalam proses pemecahan masalah dan penilaian kebutuhan sebelum memutuskan untuk memulai sebuah usaha. Ditemukan pola-pola perilaku mengenai unsur pemahaman atas peluang yang bersifat fundamental, termasuk proses mendirikan perusahaan, memulai suatu bagian baru yang bersifat utama dari bisnis tersebut, serta memperoleh tipe bisnis baru apapun.

Seorang wirausaha merupakan individu yang mempunyai ciri dan watak untuk berprestasi lebih tinggi dari kebanyakan individu-individu lainnya, hal ini dapat dilihat dalam Sanches *and* Sahuquilo (2013), menyatakan ada 9 karakteristik utama yang terdapat dalam diri seorang wirausaha yang meliputi, yaitu :

a) Dorongan berprestasi : Semua wirausaha yang berhasil memiliki keinginan besar untuk mencapai suatu prestasi.

b) Bekerja keras : Sebagian besar wirausahawan “mabuk kerja”, demi mencapai sasaran yang ingin dicita-citakan.

c) Memperhatikan kualitas : Wirausahawan menangani dan mengawasi sendiri bisnisnya sampai mandiri, sebelum ia memulai dengan usaha baru lagi.

d) Sangat bertanggung jawab : Wirausahawan sangat bertanggung jawab atas usaha mereka, baik secara moral, legal, maupun mental.

e) Berorientasi pada imbalan : Wirausahawan mau berprestasi, kerja keras dan bertanggung jawab, dan mereka mengharapkan imbalan yang sepadan dengan usahanya. Imbalan itu tidak hanya berupa uang, tetapi juga pengakuan dan penghormatan.

f) Optimis : Wirausahawan hidup dengan doktrin semua waktu baik untuk bisnis, dan segala sesuatu mungkin.

g) Berorientasi pada hasil karya yang baik : Seringkali wirausawan ingin mencapai sukses yang menonjol, dan menuntut segala yang *first class*.

h) Mampu mengorganisasikan : Kebanyakan wirausahawan mampu memadukan bagian-bagian dari usahanya dalam usahanya. Mereka umumnya diakui sebagai "komandan" yang berhasil.

i) Berorientasi pada uang : Uang yang dikerjar oleh para wirausawan tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan pengembangan usaha saja, tetapi juga dilihat sebagai ukuran prestasi kerja dan keberhasilan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan merupakan kumpulan berbagai motivasi yang melatarbelakangi seorang individu untuk memiliki ambisi yang lebih besar dalam membentuk sebuah usaha.

Menurut Suryana (2013) perilaku adalah respon individu terhadap suatu stimulus atau suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak. Perilaku tipe kepribadian sangat menentukan bidang usaha apa yang bakal mendatangkan kesuksesan dalam berusaha. Perilaku kewirausahaan adalah sikap dan kepribadian wirausaha yang dipengaruhi oleh diri sendiri atau pengaruh dari luar/eksternal

Menurut Kurilof dalam Suryana (2013) mengemukakan nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan yaitu :

1. Komitmen: menyelesaikan tugas hingga selesai.
2. Resiko moderat: tidak melakukan tindakan yang spekulatif, melainkan berdasarkan perhitungan yang matang.
3. Melihat peluang: memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin.

4. Objektivitas: melakukan pengamatan secara nyata agar mendapat kejelasan.
5. Umpan balik: menganalisis data kinerja waktu untuk memandu kegiatan.
6. Uang: melihat uang bukan sebagai tujuan akhir tetapi suatu sumber daya.
7. Manajemen proaktif: mengelola berdasarkan pada perencanaan masa depan.

Menurut Suryana (2013) faktor penyebab keberhasilan berwirausaha ditentukan oleh beberapa faktor yaitu :

1. Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.
2. Tekad yang kuat dan kerja keras.
3. Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan.

Menurut Suryana (2013) faktor penyebab kegagalan berwirausaha ditentukan oleh beberapa faktor yaitu :

1. Tidak kompeten dalam hal menejerial.
2. Kurang berpengalaman.
3. Kurang dapat mengendalikan keuangan.
4. Gagal dalam perencanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai.
6. Kurangnya pengawasan peralatan.

7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh.
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan kewirausahaan.

Penjelasan mengenai nilai-nilai dalam perilaku kewirausahaan dan faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan dalam bidang kewirausahaan di atas memiliki makna bahwa perilaku kewirausahaan merupakan sikap yang harus terus dikembangkan dengan baik melalui proses belajar baik melalui pengalaman maupun pelatihan yang pada akhirnya dapat membentuk perilaku kewirausahaan yang berkualitas bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM) . Penelitian ini dikembangkan berdasarkan penelitian Sanches *and* Sahuquillo (2013) yang membahas tentang peran perilaku kewirausahaan dalam meningkatkan motivasi usaha yang lebih tinggi.

2.1.5 Motivasi Usaha

Setiap tindakan selalu mempunyai motivasi yang melatarbelakanginya. Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan, impuls. Motivasi seseorang tergantung kepada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan sangat besar menentukan perilaku seseorang. Teori motivasi yang sangat populer adalah teori hirarki kebutuhan yang dikemukakan oleh *Abraham Maslow.* Maslow berpendapat bahwa hirarki kebutuhan manusia dapat dipakai untuk melukiskan dan meramalkan motivasinya.

Menurut *Maslow* terdapat lima kategori kebutuhan manusia, yaitu: *physiological needs, safety* (*security*), *social* (*affiliation*), *esteem* (*recognition*), *dan self actualization*. Bila satu tingkat kebutuhan sudah terpenuhi, maka akan muncul tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Namun ini tidak berarti tingkat kebutuhan yang lebih rendah harus terpenuhi semuanya secara memuaskan.

Bisa saja kebutuhan lebih rendah belum dapat memuaskan sama sekali, tetapi sudah muncul tingkatan kebutuhan yang lebih tinggi.

Eijdenberg et al.,(2015) menyatakan untuk mendapatkan *rewards* wirausaha harus bekerja keras, mendapat stress pribadi, dan menghadapi bahaya akan kegagalan usaha. Eijdenberg et al.,(2015) membagi rewards ini dalam tiga kategori yaitu laba, kebebasan, dan kepuasan cara hidup. Steinhoff dan John F. Burgess (1993) dalam Hytti *et al* (2010) berdasarkan teori motivasi memberikan tujuh motif alasan orang berhasrat menjadi wirausaha

1). *The desire for higher income*

2). *The desire for a more satisfying career*

3). *The desire to be self-directed*

4). *The desire for prestige that comes to being a business owner*

5). *The desire to run with a new idea or concept*

6). *The desire to build long-term wealth*

7). *The desire to make a contribution to humanity or to a specific cause.*

Dalam "*Enterpreneurs Handbo*ok", yang dikutip oleh Darpujianto (2014) dikemukakan beberapa alasan mengapa seseorang berwirausaha, yakni :

1). Alasan keuangan.

2). Alasan sosial.

3). Alasan pelayanan.

4). Alasan memenuhi diri.

Menurut Zimmerer (*Zimmerer*, 1996:3) ada beberapa peluang yang dijadikan motivasi yang dapat diambil dari kewirausahaan, yaitu :

1). Peluang untuk memperoleh kontrol atas kemampuan diri.

2). Peluang untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki secara penuh.

3). Peluang untuk memperoleh manfaat secara finansial.

4).Peluang untuk berkontribusi kepada masyarakat dan utnuk menghargai usaha-usaha seseorang.

Eijdenberg *et al.,*(2015) menambahkan ada empat nilai motivasi kewirausahaan dengan ciri masing-masing, sebagai berikut : Wirausaha yang berorientasi kemajuan untuk memperoleh materi, ciri-cirinya pengambil risiko, terbuka terhadap teknologi, dan mengutamakan materi. Wirausaha yang berorientasi pada kemajuan tetapi bukan untuk mengejar materi. Wirausaha ini hanya ingin mewujudkan rasa tanggung jawab, pelayanan, sikap positif, dan kreativitas. Wirausaha yang berorientasi pada materi, dengan berpatokan pada kebiasaan yang sudah ada, misalnya dalam perhitungan usaha dengan kira-kira, sering menghadap ke arah tertentu (aliran fengshui) supaya berhasil.

Wirausaha berorientasi pada non materi, dengan bekerja berdasarkan kebiasaan, wirausaha model ini biasanya tergantung pada pengalaman, berhitung dengan menggunakan mistik, paham etnosentris, dan taat pada tata cara leluhur. Jadi dari begitu banyak motivasi seseorang dalam keinginan mendirikan suatu usaha, diantara alasan-alasan tersebut adalah kesempatan untuk menentukan nasib sendiri, kesempatan untuk mengaktualisasikan potensi diri, kesempatan meraih manfaat finansial, kesempatan memberikan kontribusi kepada masyarakat, untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat.

Eijdenbergh *et al.,*(2015) memberikan pengertian motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya dan upaya untuk mencapai kepuasan. Adapun juga merumuskan motivasi sebagai berikut:

1) Setiap perasaan atau kehendak dan keinginan yang amat mempengaruhi kemauan individu, sehingga individu tersebut didorong untuk berperilaku atau bertindak;

2) Pengaruh kegiatan yang menimbulkan perilaku individu;

3) Setiap tindakan atau kejadian yang menyebabkan berubahnya perilaku seseorang; dan

4) Proses dalam yang menentukan gerakan atau tingkah laku individu kepada tujuan (*goals*).

Sedangkan Sanches (2013) mengatakan bahwa motivasi sebagai suatu kerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu. Oleh Darpujianto (2014) motivasi kerja juga didefinisikan sebagai sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja. Oleh karena itu dalam psikologi kerja biasanya disebut pendorong semangat kerja. Kuat atau lemahnya motivasi kerjanya seseorang ikut menentukan besar kecilnya prestasi. Dari beberapa pengertian motivasi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi merupakan dorongan yang diinginkan seseorang untuk melaku-kan suatu perbuatan guna mencapai tujuan organisasi. Katerina *et al.,* (2010) menjelaskan bahwa: motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan kewirausahan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan. Dalam istilah yang lebih sempit, teori *expectancy* mengungkapkan bahwa informasi yang

spesifik dan periodik mengenai peluang kewirausahaan dapat meningkatkan harapan individu bahwa upaya kewirausahaan akan memberikan hasil, dengan demikian akan meningkatkan motivasi.

Artinya bahwa pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) diharapkan mampu menjadikan usahanya sebagai suatu industri yang berkualitas dengan menerapkan prinsip kewirausahaan. Hal yang membedakan pelaku usaha yang sesungguhnya dengan pelaku usaha yang hanya untuk bertahan hidup adalah motivasi untuk memiliki strategi yang tepat dalam merebut pasar dari para pesaing. Penelitian ini dikembangkan berdasarkan penelitian Eijdenberg (2016) yang membahas tentang peran motivasi usaha dalam meningkatkan orientasi kewirausahaan pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM).

2.1.6 Orientasi Kewirausahaan

Miller (1983) menyatakan orientasi kewirausahaan sebagai upaya yang terlibat dalam inovasi pemasaran produk, melakukan usaha yang berisiko dan proaktif menjadi yang pertama yang memperkenalkan inovasi. Konsep modern tentang *entrepreneurship* dalam banyak penelitian didasarkan atas definisi yang memandang *entrepreneur* sebagai seorang yang memiliki pandangan jauh ke depan. Memiliki kemampuan dalam menemukan sesuatu yang baru (inovator), dan seorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat. Morris dan Paul (1987) memperpanjang konsep ini lebih lanjut dengan menunjukan bahwa orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan *entrepreneur* untuk mengambil resiko yang diperhitungkan dan inovatif serta proaktif.

Berdasarkan penjelasan dari para ahli, dapat disimpulkan perbedaan mendasar antara kewirausahaan dengan orientasi kewirausahaan, yaitu.

Kewirausahaan mengacu pada *content* yang biasa diungkapkan dalam satu kalimat: *"what business shall we enter ?"* atau bidang usaha apa yang akan dimasuki. Pertanyaan ini akan membawa konsekuensi berikutnya yaitu pasar mana yang akan digarap, produk seperti apa yang sesuai dengan pasar tersebut dan segala hal yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya. Sedangkan orientasi kewirausahaan mengacu pada proses yaitu bagaimana metode, praktik-praktik dan gaya pengambilan keputusan pemilik usaha untuk menggarap *content* tersebut yaitu usaha atau produk baru.

Dimensi dari orientasi kewirausahaan, Menurut Kraus *et al.,* (2009) menyatakan dimensi orientasi kewirausahaan terdiri dari, yaitu:

a. Pro aktif

Pro aktif mengacu pada proses yang ditujukan untuk mencari peluang baru yang mungkin terkait dengan sebuah bidang industri, melakukan pengenalan produk baru dan merek saat adanya pasar baru yang tumbuh. Pro aktif menyangkut pentingnya inisiatif dalam proses kewirausahaan. Sebuah perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif dengan mengantisipasi perubahan permintaan pasar di masa depan (Lumpkin dan Dess 1996), atau bahkan membentuk lingkungan dengan tidak menjadi pengamat pasif lingkungan tetapi peserta aktif dalam membentuk lingkungan mereka sendiri (Buss 1987).

b. Pengambilan Risiko

Pengambilan risiko sering digunakan untuk menggambarkan ketidakpastian yang terdapat dari perilaku kewirausahaan. Perilaku kewirausahaan melibatkan investasi yang penting dan berguna tetapi keputusan tersebut masih mengandung resiko yang mungkin gagal di masa depan. Sikap *risk taking* harus dilakukan oleh pelaku usaha agar keluar dari zona nyaman dan menuju tingkat perkembangan yang lebih pesat. Mengambil risiko yang besar

menjadi sebuah pertaruhan untuk para pelaku usaha kecil menghadapi rasa takut dan juga akan membentuk perilaku yang berorientasi wirausaha.

c. Inovasi

Kesuksesan inovasi bisa didapat dari fokus pada bidang tertentu dengan perencanaan yang matang kemudian mengisi kekosongan apa yang menjadi ceruk di pasar konsumen. Schumpeter (1934) membagi lima jenis inovasi, yaitu:

1. Pengenalan produk baru atau perubahan kualitatif produk yang sudah ada (*the introduction of a new product or a qualitative change in an existing product*).
2. Proses inovasi baru bagi industri (*process innovation new to an industry*).
3. Pembukaan pasar baru (*the opening of a new market*).
4. Pengembangan sumber-sumber baru pasokan bahan baku atau input lainnya (*the development of new sources for supply for raw material or other inputs*).
5. Perubahan dalam organisasi industri (*change in industrial organization*).

Rogers (1995) mendefinisikan inovasi sebagai '*any idea, practice or object that is perceived to be new by an individual or other unit of adoption'*. Inovasi meliputi adopsi dari produk baru atau proses yang meningkatkan daya saing dan keuntungan secara keseluruhan. Ini meliputi cara baru dari identifikasi kebutuhan klien yang baru maupun yang telah ada. Inovasi merupakan suatu tantangan utama pada manajemen usaha kecil dan menengah.

Inovasi sebagai suatu obyek juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung

pada konteksnya : suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan, baru bagi pasar, atau Negara atau daerah, atau baru secara global.

Istilah inovasi memang sering didefinisikan secara berbeda, walaupun pada umumnya memiliki pemaknaan serupa, inovasi dalam ilmu lingustik adalah fenomena munculnya kata-kata baru dan bukan kata-kata warisan. *Innovation is a locally driven process, succeeding where organizational conditions foster the transformation of knowledge into products, processes, system, and services* (Wiklund. 2007) yang artinya Inovasi adalah ciptaan-ciptaan baru (dalam bentuk materi ataupun intangible) yang memiliki nilai ekonomi yang berarti signifikan, yang umumnya dilakukan oleh perusahaan atau individu.

Inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru; tindakan menggunakan sesuatu yang baru (Narver and Slater. 2000); Inovasi merupakan eksploitasi yang berhasil dari suatu gagasan baru atau dengan kata lain merupakan mobilisasi pengetahuan, keterampilan teknologis dan pengalaman untuk menciptakan produk, proses dan jasa baru. Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. Secara konvensional istilah inovasi diartikan sebagai terobosan yang berkait dengan produk baru. Narver *and* Slater (2010) mendefinisikan inovasi sebagai konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Pelaku usaha kecil dituntut untuk menciptakan pemikiran baru, gagasan baru, dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Dalam penelitian ini, OECD Oslo Manual (2005), yang merupakan dasar internasional utama pedoman untuk menentukan dan menilai kegiatan inovasi serta untuk kompilasi dan penggunaan data terkait, telah diambil sebagai sumber

referensi utama untuk menggambarkan, mengidentifikasi dan mengklasifikasikan inovasi di tingkat perusahaan. Dalam OECD Oslo Manual (2005), empat jenis inovasi yang berbeda diperkenalkan. Ini adalah inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi. Inovasi produk dan proses yang terkait erat dengan konsep perkembangan teknologi. Sebuah inovasi produk adalah pengenalan layanan yang baik yang baru atau meningkat secara signifikan mengenai karakteristik atau penggunaan dimaksudkan, termasuk perbaikan yang signifikan dalam spesifikasi teknis, komponen dan bahan, perangkat lunak dimasukkan, keramahan pengguna atau karakteristik fungsional lainnya (OECD Oslo Manual, 2005) . Inovasi produk dapat memanfaatkan pengetahuan atau teknologi baru, atau dapat didasarkan pada penggunaan baru atau kombinasi dari pengetahuan atau teknologi yang sudah ada. Produk jangka mencakup baik barang dan jasa. inovasi produk adalah proses yang sulit didorong oleh kemajuan teknologi, perubahan kebutuhan pelanggan, memperpendek siklus hidup produk dan meningkatnya persaingan global. Untuk sukses, harus melibatkan interaksi yang kuat dalam perusahaan dan selanjutnya antara perusahaan dan pelanggan dan pemasok.

Penelitian ini mengadopsi penelitian dari Wiklund (2007) dan Narver *and* Slater (2000) yang menjelaskan tentang dimensi-dimensi dari orientasi kewirausahaan. Dimensi pro aktif, inovasi dan *risk taking* sesuai untuk topik dalam penelitian ini berkaitan dengan usaha kecil yang harus mampu memiliki sikap orientasi kepada wirausaha dengan mengambil keputusan yang penting untuk lebih meningkatkan industri ini.

2.2 Tinjauan Empiris

2.2.1 Hytti *et al.,* (2010)

Penelitian ini berjudul*"Perceived Learning Outcomes in Entrepreneurship Education"the impact of student motivation and team behaviour.* Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh motivasi seseorang dalam belajar menjadi wirausahawan untuk meningkatkan kinerjanya pada tahap yang lebih tinggi dengan ide-ide bisnis yang baru. Sampel sebanyak 117 responden dengan fokus pada faktor *intrinsic* dan *ekstrinsic* yang dimiliki setiap responden. Analisis menggunakan hirarki model penelitian dan *exploratory* analisis. Hasil penelitian menunjukkan faktor intrinsik pada responden berpengaruh negatif terhadap hasil pembelajaran berkaitan dengan *entrepreneurship.* Sedangkan faktor ekstrinsik berpengaruh positif terhadap hasil pembelajaran yang dilakukan. Implikasi dari penelitian ini memfokuskan pada setiap program atau lembaga pendidikan yang dibuat diharapkan mampu dievaluasi agar sesuai dengan perbedaan-perbedaan setiap individu didalamnya.

2.2.2 Katerina *et al.,* (2010)

Penelitian dengan judul *"Entrepreneur Training or Creativity and Innovation"* mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui peran penting pelatihan kewirausahaan demi meningkatkan kreativitas dan inovasi-inovasi baru agar meningkatkan daya saing usaha kecil. Penelitian ini dilakukan kepada 116 pengusaha usaha kecil yang bertindak sebagai pemilik. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan hasil data yang diperoleh dianalisis menggunakan dua pendekatan yaitu, pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian yang dilakukan di Negara Swedia ini menjelaskan bahwa kreatifitas

dan inovasi yang beragam dimiliki oleh pengusaha usaha kecil di selatan Swedia dan diharapkan pengusaha, pemilik, dan manajer memberi perhatian lebih kepada program-program pelatihan untuk meningkatkan kinerja usahanya. Pelatihan yang diberikan meliputi manajemen keuangan, memanfaatkan pengalaman usaha sebagai strategi dimasa depan, manajemen waktu, dan pemanfaatan infrastruktur yang diberikan pemerintah.

2.2.3 Audet *and* Couteret (2012)

Penelitian ini berjudul *"Coaching Entrepreneur: Features and Sucess factors"*. Tujuan dari penelitian yaitu, untuk mengetahui peran pelatihan kewirausahaan sebagai faktor atau kunci sukses bagi pemilik atau manajer usaha kecil dalam meningkatkan skill manajerial dan strategi yang tepat bagi pengusaha muda secara khusus. Penelitian menggunakan metode *exploratory*. Hasil penelitian menyatakan bahwa saran-saran yang berkaitan dengan pengembangan kewirausahaan melalui media pelatihan dan bagi pengusaha diharapkan mampu menyesuaikan dengan perubahan-perubahan situasi dunia bisnis.

2.2.4 Soininen *et al.,* (2013)

Penelitian ini mempunyai judul yaitu, "*Entrepreneurial Orientation in Small Firms-Values-Attitudes-Behavior Approach"* Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara nilai, sikap, dan perilaku kewirausahaan dalam kontek orientasi kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui alat analisis *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan mempunyai pengaruh positif

terhadap orientasi kewirausahaan melalui faktor intrinsik dalam diri pemilik usaha yaitu sikap pro aktif dan inovatif .

2.2.5 Sanches *and* Saquillo (2013)

Penelitian dengan judul "*Entrepreneurial Behavior: Impact of Motivation Factors on Decision to Create a New Venture"* mempunyai tujuan untuk mengetahui peran perilaku kewirausahaan yang mampu membentuk motivasi dengan berbagai latar belakang tujuan dalam membuat sebuah usaha. Sampel sebesar 101 pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan meningkatkan motivasi usaha melalui kesempatan dalam dunia usaha untuk meningkatkan ekonomi, motivasi untuk menjadi bos bagi diri sendiri, dan juga motivasi untuk memulai sebuah usaha baru karena melihat kesempatan bisnis yang sedang bertumbuh.

2.2.6 Eijdenberg *et al*., (2015)

Penelitian ini berjudul "*Entrepreneurial Motivation Small Business Growth in Rwanda"* penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi wirausaha terhadap peningkatan kinerja usaha di negara berkembang seperti afrika, dan Rwanda Khususnya. Sampel penelitian sebesar 133 pemilik usaha kecil dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor motivasi wirausaha yaitu, latar belakang keluarga, kesempatan bisnis, dan dorongan pribadi. Faktor latar belakang keluarga merupakan faktor paling kuat sebagai motivasi dalam berwirausaha di negara berkembang Rwanda tersebut.

2.2.7 Frese *et al*., (2016)

Penelitian ini berjudul *"Personal Initiative Training for Small Business"*. Penelitian yang dilakukan di negara Jerman ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui peran pelatihan kewirausahaan terhadap perilaku dan faktor kesuksesan para pengusaha kecil dan menengah. Penelitian ini mengukur dengan berdasarkan indikator pro aktif, inovasi, cara memulai usaha, dan juga manajemen waktu yang digunakan usaha kecil dan menengah. Sampel penelitian sebanyak 97 responden dengan menggunakan metode kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan pelatihan kewirausahaan yang disusun berdampak positif terhadap perilaku kewirausahaan dan faktor kesuksesan kinerja UKM.

2.2.8 Pittino *et al*.,(2016)

Penelitian ini berjudul *" A configurational analysis of the antecedents of entrepreneurial orientation"*. Orientasi kewirausahaan secara luas diakui sebagai prediktor kuat kinerja perusahaan. Oleh karena itu penting untuk memahami faktor dan kondisi yang memeliharanya. Dalam makalah ini,menyelidiki apa konfigurasi motivasi dan kepribadian yang memicu orientasi kewirausahaan dalam tiga situasi kepemimpinan strategis: penerus bisnis keluarga, pendiri berorientasi keluarga, non-keluarga pendiri. Pemimpin strategis dalam situasi ini secara berbeda ditunjukkan dengan peluang dan kendala untuk mengejar perkembangan kewirausahaan, karena pengaruh dari pengaruh keluarga dan resistensi organisasi. Penelitian menggunakan Analisis Komparatif Kualitatif untuk sampel dari 257 pemilik / manajer UKM Italia. peneliti mengidentifikasi 12 konfigurasi koheren motivasi internal dan eksternal, dan ciri-ciri kepribadian yang semuanya kondusif untuk orientasi kewirausahaan.

Tabel 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hytti *et al.,* (2010) *Perceived Learning Outcomes in Entrepreneurship Education"the impact of student motivation and team behaviour*	mengetahui pengaruh motivasi seseorang dalam belajar menjadi wirausahawan untuk meningkatkan kinerjanya pada tahap yang lebih tinggi dengan ide-ide bisnis yang baru.	Sampel sebanyak 117 responden. Analisis menggunakan hirarki model penelitian dan *exploratory* analisis	faktor intrinsik pada responden berpengaruh negatif terhadap hasil pembelajaran berkaitan dengan *entrepreneurship.* Sedangkan faktor ekstrinsik berpengaruh positif terhadap hasil pembelajaran yang dilakukankompetensi pekerja UKM	Sama meneliti hubungan pelatihan kewirausahaan dan motivasi	Subyek penelitian Hytti *et al* (2010) dilakukan pada mahasiswa sedangkan penelitian ini merupakan pelaku usaha
2	Katerina *et al.*,(2010) *"Entrepreneur Training or Creativity and Innovation"*	mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui peran penting pelatihan kewirausahaan demi meningkatkan kreativitas dan inovasi-inovasi baru agar meningkatkan daya saing usaha kecil.	Penelitian ini dilakukan kepada 116 pengusaha UMKM yang bertindak sebagai pemilik. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif..	Hasil penelitian yang dilakukan di Negara Swedia ini menjelaskan bahwa kreatifitas dan inovasi yang beragam dimiliki oleh pengusaha UMKM di selatan Swedia	Sama meneliti hubungan pelatihan kewirausahaan dan kinerja UMKM	Tidak meneliti variabel inovasi

Repository Universitas Brawijaya

Lanjutan Tabel 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu

3	Audet *and* couteret (2012) "*Coaching Entrepreneur: Features and Sucess factors*".	Tujuan dari penelitian yaitu, untuk mengetahui peran pelatihan kewirausahaan sebagai faktor atau kunci sukses bagi pemilik atau manajer usaha kecil dalam meningkatkan skill manajerial dan strategi yang tepat bagi pengusaha muda secara khusus.	Penelitian menggunakan metode *exploratory.*	Hasil menunjukkan bahwa kunci sukses pengusaha adalah fokus pada pengembangan secara manajemen yang profesional dan berkelanjutan untuk meningkatkan kinerja masa depan.	Sama sama meneliti hubungan pelatihan kewirausahaan dan kinerja usaha	Berbeda dalam pendekatan yaitu secara kualitatif
4	Eijdenberg *et al*., (2015) "Entrepreneurial Motivation Small Business Growth in Rwanda".	untuk mengetahui pengaruh motivasi wirausaha terhadap peningkatan kinerja usaha di negara berkembang seperti afrika, dan daerah Rwanda Khususnya	Sampel penelitian sebesar 133 pemilik usaha kecil dengan menggunakan analisis regresi berganda	terdapat tiga faktor motivasi wirausaha yaitu, latar belakang keluarga, kesempatan bisnis, dan dorongan pribadi. Faktor latar belakang keluarga merupakan faktor paling kuat sebagai motivasi dalam berwirausaha di negara berkembang Rwanda tersebut.	Sama meneliti hubungan motivasi kewirausahaan dan kinerja UKM	Dilakukan di negara afrika yang berbeda karakter dengan indonesia

Repository Universitas Brawijaya
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
REPOSITORY.UB.AC.ID

Lanjutan Tabel 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu

5	Sanches *and* Sahuqillo (2013)"*Entrepreneurial Behavior: Impact of Motivation Factors on Decision to Create a New Venture*	mengetahui peran perilaku kewirausahaan yang mampu membentuk motivasi dengan berbagai latar belakang tujuan dalam membuat sebuah usaha.	Sampel sebesar 101 pemilik usaha.	perilaku kewirausahaan meningkatkan motivasi usaha melalui kesempatan dalam dunia usaha untuk meningkatkan ekonomi, motivasi untuk menjadi bos bagi diri sendiri, dan juga motivasi untuk memulai sebuah usaha baru karena melihat kesempatan bisnis yang sedang bertumbuh.	Sama sama meneliti perilaku kewirausahaan dan motivasi usaha	Meneliti pada subyek mahasiswa dan pelaku usaha .
6	Seinonen *et al* (2013)"*Entrepreneurial Orientation in Small Firms-Values-Attitudes-Behavior Approach"*	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara nilai, sikap, dan perilaku kewirausahaan dalam kontek orientasi kewirausahaan.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui alat analisis *Partial Least Square*.	perilaku kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan melalui faktor intrinsik dalam diri pemilik usaha yaitu sikap pro aktif dan inovatif	Sama sama meneliti perilaku kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan	Perbedaan responden penelitian yaitu anggota komunitas

Repository Universitas Brawijaya
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
REPOSITORY.UB.AC.ID

Lanjutan Tabel 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu

7.	Frese *et al.*, (2016) *"Personal Initiative Training for Small Business"*.	Penelitian yang dilakukan di negara Jerman ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui peran pelatihan kewirausahaan terhadap perilaku dan faktor kesuksesan para pengusaha kecil dan menengah	Sampel sebanyak 97 Responden dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner	Hasil penelitian menunjukkan pelatihan kewirausahaan yang disusun berdampak positif terhadap perilaku kewirausahaan dan faktor kesuksesan kinerja UMKM.	Sama-sama meneliti tentang pelatihan kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan	Tidak meneliti tentang faktor kesuksesan UMKM
8.	Pittino *et al*.,(2016) A configurational analysis of the antecedents of entrepreneurial orientation	Menjelaskan hubungan market orientasi terhadap orientasi kewirausahaan	257 pemilik / manajer UKM Italia	Market orientasi berpengaruh terhadap pengembangan orientasi kewirausahaan	Sama – sama meneliti tentang orientasi kewirausahaan	Metode penelitian secara kualitatif dan kuantitatif

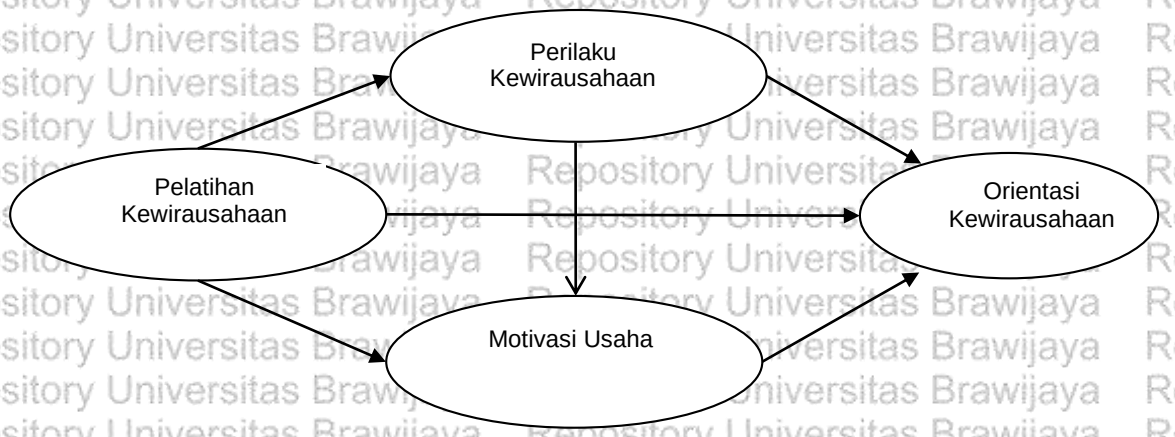
Repository Universitas Brawijaya

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual

Model konseptual dalam penelitian ini seperti terlihat pada Gambar 3.1 dan model hipotesis pada Gambar 3.2



Gambar 3.1. Model Konseptual

3.2 Hubungan Antar Variabel

3.2.1 Hubungan Pelatihan Kewirausahaan dengan Perilaku Kewirausahaan

Pelatihan kewirausahaan yang disusun dengan baik akan mampu menstimulasi seorang individu untuk mengarahkan fokus pada kewirausahaan lebih dalam lagi. Fokus yang dimaksudkan dalam hal ini adalah pelatihan akan membentuk perilaku kewirausahaan yang selama ini mungkin tidak dimanfaatkan dalam hal peningkatan kemampuan kewirausahaan. Clarke and Sweet (2004) menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan dapat mendorong seseorang untuk lebih ingin mengetahui lebih jauh tentang ilmu kewirausahaan yang nantinya dapat membentuk perilaku kewirausahaan dan dapat menjadi sebuah rutinitas yang positif untuk masa yang akan datang. Selain itu, Hytti *et al.*, (2010) juga

menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan dapat ditumbuhkan melalui media pelatihan atau pengalaman yang sudah dimiliki individu selama ini. Jadi hubungan yang terjadi antara pelatihan kewirausahaan dan perilaku merupakan hubungan sebab akibat yang baik bagi pelaku usaha.

3.2.2 Hubungan Pelatihan Kewirausahaan Dengan Motivasi Usaha

Karakter pelaku usaha kecil memiliki perbedaan yang beragam, perbedaan tersebut merupakan hal alami yang dimiliki karena banyak sekali faktor yang mempengaruhinya. Heinonen *et al.,* (2010) menyatakan bahwa pembelajaran atau pelatihan kewirausahaan adalah bertujuan untuk membentuk keahlian, wawasan, cara pengembangan usaha dan untuk peningkatan kinerja usaha. Pada proses yang dilalui dalam pelatihan-pelatihan tersebut salah satu tujuan utama adalah untuk memotivasi pelaku usaha untuk memulai usaha baru atau untuk meningkatkan kualitas usaha yang sudah berjalan. Collete *et al*.,(2005) menyatakan bahwa untuk menstimulus faktor intrinsik dan ekstrinsik pelaku usaha dapat dilakukan melalui saran dan wawasan luas yang dikemas dalam bentuk pelatihan kewirausahaan. Oleh karena itu pelatihan kewirausahaan merupakan salah alat yang tepat untuk merangsang atau memotivasi pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM).

3.2.3 Hubungan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Motivasi Usaha

Motivasi Usaha secara garis besar dibagi kedalam dua bagian utama yaitu secara internal dan motivasi dari pengaruh eksternal. Seinonen *et al.,* (2013) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan dapat mempengaruhi perilaku individu dalam kaitannya secara intrinsik atau ekstrinsik. Faktor intrinsik dapat dibentuk melalui kebersamaan satu tujuan dan dari proses tersebut menumbuhkan motivasi pribadi untuk melakukan sesuatu dengan lebih

bersemangat. Selain itu, Kirkley (2016) menyatakan bahwa faktor ekstrinsik dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang secara bersama mempunyai tujuan sama sehingga menumbuhkan motivasi yang positif untuk mencapai visi misi yang diterapkan, hal ini dapat dilakukan pada motivasi untuk berwirausaha.

Faktor Perilaku kewirausahaan yang terlebih dahulu berhubungan dengan motivasi usaha didasarkan pada kajian teori Eijdenberg (2016) yang menyatakan bahwa ada pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap stimulasi seseorang untung lebih termotivasi dalam menjalankan usaha.

3.2.4 Hubungan Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Pelatihan kewirausahaan dibentuk dengan tujuan untuk membantu mengarahkan pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) agar berorientasi pada kewirausahaan. Audet *and* Couteret (2012) menyatakan bahwa efektivitas pelatihan kewirausahaan akan nampak pada saat pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah mengetahui kondisi pasar dan bagaimana strategi yang tepat dalam meresponnya. Jika sebelumnya usaha Kecil dan Menengah (UKM) belum mempunyai arah dan tujuan yang jelas berkaitan usaha yang dibentuknya, maka pelatihan sebagai solusi untuk mengarahkan tujuan yang jelas dan spesifik dan hal tersebut dapat diukur melalui sikap yang inovatif, pro aktif dan berani mengambil resiko. Orientasi kewirausahaan dapat diawali melalui proses mengelola kreativitas dan inovasi usaha kecil yang dimiliki pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan disesuaikan terhadap kebutuhan pasar. Hal ini sesuai dengan pendapat Katerina *et al.,* (2010) yang menyatakan bahwa usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki tingkat inovasi tinggi oleh sebab itu

mengarahkan sesuai kebutuhan pasar adalah solusi untuk meningkatkan kualitas usaha Kecil dan Menengah (UKM).

3.2.5 Hubungan Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Perilaku kewirausahaan merupakan berbagai proses dalam menemukan identitas diri dalam dunia usaha, dan mampu memberi manfaat bagi banya orang melalui perilaku yang positif. Hubungan perilaku kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan selama ini merupakan suatu hubungan yang tidak terpisahkan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Seinonen *et al*.,2013) perilaku kewirausahaan merupakan salah satu bagian penting dalam meningkatkan orientasi terhadap kewirausahaan. Perilaku kewirausahaan menjadi dasar seseorang yang mempunyai tujuan bersama untuk meningkatkan kualitas kehidupan melalui pembentukan usaha yang berdaya saing. Sanches *and* Sahuquillo (2013) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan mampu meningkatkan hubungan atau relasi yang positif dan relasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan fokus pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM).

3.2.6 Hubungan Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan

Hubungan motivasi usaha dengan orientasi kewirausahaan dijelaskan melalui Pittino *et al.,* (2016) yang menyatakan bahwa motivasi usaha sebagai prediktor yang berpengaruh terhadap tingkat orientasi kewirausahaan seseorang. Melalui motivasi usaha yang diteliti ternyata memiliki hubungan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan. Ketika mempertimbangkan Orientasi Kewirausahaan , pertanyaan yang harus dijawab adalah "Apa karakteristik atau sikap pribadi yang dimiliki seseorang yang mungkin meningkatkan kecenderungan untuk terlibat dan menjadi sukses dalam kegiatan kewirausahaan?" (Bolton, 2017). Jawaban atas pertanyaan ini dipengaruhi oleh tiga aliran penelitian yang melibatkan, pertama, lingkungan individu; kedua, ciri

kepribadian; dan ketiga, sikap terhadap keberadaan kewirausahaan yang dipengaruhi oleh pengaruh sosial (Levenburg dan Schwarz, 2008). aliran pertama, faktor lingkungan, termasuk peluang ekonomi, , pendanaan yang tersedia atau rangsangan eksternal dan internal pada diri sendiri atau bisa disebut motivasi usaha untuk memulai bisnis kearah yang lebih pro aktif, inovasi, dan berani mengambil resiko . (Domke-Damonte et al., 2008; Raposo et al., 2008; Harris dan Gibson, 2008).

Kemudian menurut Eijdenberg *et al* (2016) menjelaskan dalam salah satu hipotesisnya bahwa motivasi usaha meingkatkan orientasi kewirausahaan pada pelaku UKM, dan hasilnya menunjukkan bahwa hubungan keduanya adalah signifikan. Perbedaan umum yang dibuat dalam literatur kewirausahaan pada motivasi usaha adalah antara "kebutuhan" dan "kesempatan" sebagai motivasi (Hessels *et al.,* 2008). Reynolds *et al.,* (2002) juga menyatakan bahwa individu yang digerakkan oleh kesempatan termotivasi untuk mencapai kesuksesan dengan memanfaatkan peluang atau pro aktif untuk mendapatkan keuntungan ekonomi,

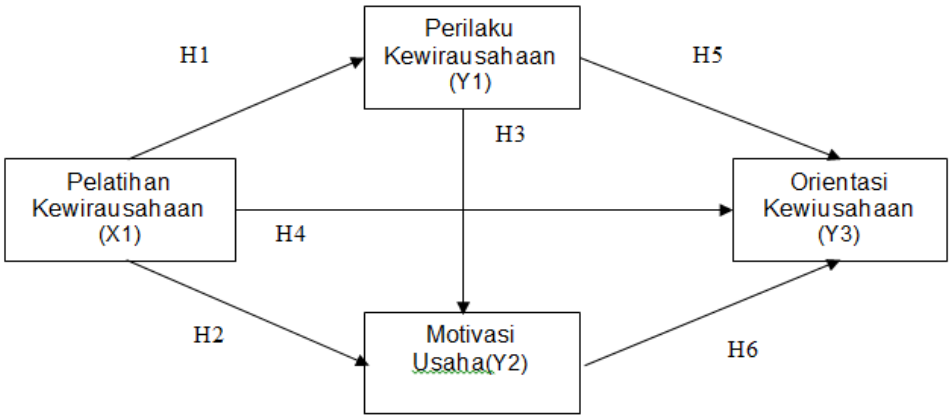
Kemudian keharusan menjadi wirausaha karena memerlukan kebutuhan atau tekanan untuk memulai bisnis, faktor keadaan lingkungan dan ekonomi yang negatif, seperti kemiskinan. Berkenaan dengan kemiskinan, kebutuhan kewirausahaan lebih umum di negara-negara berpenghasilan rendah, dan dengan tingkat pembangunan ekonomi negara yang menurun sehingga karena kebutuhan dan tekanan sebagai faktor kecil lainnya mengarahkan pelaku UKM untuk lebih berorientasi pada bidang kewirausahaan. (Wennekers *et al.,* 2005).

Kualitas sebuah usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, namun faktor utama yang berpengaruh dapat dilihat melalui semangat tinggi pelaku usaha untuk sukses. Semangat yang tinggi tersebut dapat dibangun melalui tingkat motivasi yang dibangun. Eijdenberg *et al* (2016)

menyatakan bahwa motivasi pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat mencerminkan kualitas usaha yang dicapai. Morris *et al.*,(2016) menyatakan bahwa motivasi yang besar dalam memulai sebuah usaha adalah peluang bisnis yang besar dan dapat dilihat oleh pelaku usaha Kecil dan Menengah (U 52 sebagai fenomena yang harus dimanfaatkan.

Berdasarkan peluang tersebut pelaku usaha akan mengerahkan segala keahlian dan pemikiran yang tersistem agar mampu mengambil keuntungan dari situasi yang ada.

3.3 Model Hipotesis



Gambar 3.2 Model Hipotesis

Berdasarkan model Hipotesis pada Gambar 3.2 sehingga hipotesis penelitian ini, yaitu:

H1: Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Perila 54 Kewirausahaan

H2 : Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi

H3: Perilaku Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi Usaha

H4 : Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan

H5 : Perilaku Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan

H6: Motivasi Usaha berpengaruh secara signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Perumusan Hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada kajian teori dan empiris yang diringkas pada Tabel berikut, yaitu:

Tabel 3.1 Dasar Perumusan Hipotesis

Kajian Empiris	Kajian Teoritis	Hipotesis Penelitian
Hytti *et al.,* (2010), Eijdenberg *et al*., (2015) Clarke *and* sweet (2004)	Conger and Benjamin (1992) Frezee *and* Calf (1994), Martin *and* Marshall (1995), Bandura (1977),	H1: Terdapat Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan
Hytti *et al.,* (2010), Katerina *et al.,* (2010)	Conger and Benjamin (1992) Frezee *and* Calf (1994),	H2: Terdapat Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha
Seinonen et al., (2013), Sanches and Sahuquillo (2013)	Martin *and* Marshall (1995), Bandura (1977)	H3: terdapat Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha
Hytti *et al.,* (2010), Audet *and* couteret (2012) Frezee (2016), Katerina *et al.,* (2010)	Conger and Benjamin (1992) Frezee and Calf (1994), Narver and Slater (2000)	H4: Terdapat Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan
Seinonen et al., (2013), Sanches and Sahuquillo (2013)	Martin *and* Marshall (1995), Bandura (1977), dan Miller (1993) Narver and Slater (2000)	H5: Terdapat Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan.
Eijdenberg *et al*., (2015)	Miller (1993) Narver and Slater (2000), Birley and westhead (1994), dan Davidsson (1991)	H6: Terdapat Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Orientasi Kewirausahaan.

BAB IV
METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian

Metode kuantitatif berkembang pertama kali sebagai metode ilmiah. Metode ilmiah pertama kali dikembangkan oleh para manajer di Eropa. Metode ini antara lain adalah metode *time and motion study* oleh Frederick Taylor pertama kali sekitar tahun 1930-an. Metode ini mempelajari keefisienan dalam proses produksi perusahaan. Metode ini berkembang menjadi penelitian operasional yang menjadi salah satu bidang kajian ilmu manajemen. Saat ini penelitian operasional sudah berkembang pesat mulai dari perencanaan produksi sampai pelaksanaan. Misalnya teori tentang linear programming, teknik forecasting, teori permainan, teori simulasi, teori antrian dansebagainya.

Metode kuantitatif kemudian berkembang dalam ilmu psikologi. Dalam ilmu psikologi berkembang percobaan-percobaan tentang perilaku manusia. Ditemukan juga rumus anova. Selain itu juga berkembang analisis regresi yang dikembangkan sosiolog. Metode yang terakhir adalah metode ekonometrik yang berkembang tahun 1970-an. Sampai saat inipun alat analisis statistic masih terus berkembang dan dipelajari.

Metode kuantitatif berkembang pesat sejak ditemukannya berbagai alat ukur penelitian. Alat ukur pertama kali hanya dikenal pada benda-benda fisik seperti ukuran berat (kg, ons, pon, gram dll) ukuran jarak/tinggi (km, m, cm, inchi, mm dll) maupun ukuran panas (Celcius, Fahrenheit dll). Sekarang ini telah berkembang berbagai bentuk pengukuran bidang ilmu social yang mendasari kuantifikasi ilmu-ilmu social. Alat ukur yang dapat dijadikan parameter tersebut antara lain adalah pengukuran sikap menggunakan skala Likert; pengukuran

indicator ekonomi menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB), Pendapatan Perkapita (GNP), laju inflasi, nilai tukar mata uang. masih banyak pengukuran bidang ilmu social lain yang sudah tersedia sekarang ini.

Penelitian ini termasuk *explanatory research* (penelitian penjelasan). *Explanatory research* merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Dilihat dari paradigmanya, penelitian ini tergolong paradigma positivisme yaitu paradigma penelitian kuantitatif (Arikunto, 2007).

Selanjutnya menurut Suryabrata (2000) menyatakan bahwa Penelitian kuantitatif menekankan pada fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol. Metode penelitian yang tergolong ke dalam penelitian kuantitatif bersifat non-eksperimental adalah deskriptif, survai, expostfacto, komparatif, dan korelasional.

Berdasarkan penjelasan dari para peneliti maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menelusuri berbagai masalah dengan dikaji melalui pengolahan angka-angka secara kuantitatif.

4.2 Variabel dan Pengukuran

4.2.1 Variabel

Variabel merujuk pada karakter atau atribut seorang individu atau suatu organisasi yang dapat diukur atau diobservasi.

Variabel dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yaitu variabel *exogenous* dan variabel *endogenous* serta variabel intervening.

1. Variabel *Exogenous* (X)

   Variabel *exogenous* menurut Sarwono (2007) merupakan semua variabel yang tidak ada penyebab-penyebab eskplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju ke arahnya. Selain penjelasan tersebut variabel bebas memiliki makna bahwa variabel bebas merupakan variabel yang mungkin menyebabkan, memengaruhi, atau berefek pada *outcome.*

2. Variabel *Endogenous* (Y3)

   Variabel *endogenous* menurut Sarwono (2007) merupakan variabel yang mempunyai anak panah yang menuju ke arah variabel tersebut. Selain itu variabel terikat memiliki makna bahwa variabel yang bergantung pada variabel bebas. Variabel terikat ini merupakan outcome atau hasil dari pengaruh variabel *Endogenous*.

3. Variabel Intervening (Y1, Y2)

   Variabel intervening menurut Sarwono (2007) adalah variabel perantara yang menghubungkan variabel *exogenous* dan *endogenous.*

4.2.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut Nazir (2007) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstrak dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstrak atau variabel tersebut. Adapun operasional variabel penelitian ini yaitu:

1. Pelatihan Kewirausahaan (X) adalah. proses untuk mengarahkan, memberi wawasan baru dan memberi keahlian baru berkaitan dengan usaha yang dilakukan agar dijadikan sebagai landasan dalam menjalankan bisnis.

Pelatihan Kewirausahaan di ukur dengan tujuh *item* yang mengadopsi penelitian dari Katerina *et al*.,(2010) yaitu:

a. Pelatihan kewirausahaan oleh PLUT meningkatkan inovasi baru
b. Pelatihan kewirausahaan yang diberikan PLUT meningkatkan penggunaan teknologi baru
c. Infrastruktur pelatihan di PLUT yang lengkap
d. Pelatihan PLUT membantu mengelola keuangan usaha lebih baik
e. Dapat memberi wawasan baru berkaitan dengan strategi pemasaran
f. Mampu mengelola sumber daya manusia lebih baik
g. Menambah relasi bisnis lebih luas

2. Perilaku Kewirausahaan (Y1) adalah Kemampuan kreatif dan inovatif pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dikelola untuk menghadapi risiko usaha. Adapun operasional variabel penelitian ini merujuk pada penelitian Seinonen *and* Sahuquillo (2013) dan Kirkley (2016), dengan lima *item* yang terdiri dari, yaitu

a. Percaya diri untuk berhasil dalam berwirausaha
b. Memiliki ambisi besar untuk sukses sebagai pelaku UKM
c. Kewirausahaan sebagai wadah untuk menemukan jati diri
d. Ingin mengaplikasikan ide bisnis di Kota Batu yang selama ini dimiliki
e. Memiliki ketertarikan besar dalam dunia UKM Kota Batu

3. Motivasi Usaha (Y2) adalah kebutuhan individu yang mengacu pada pola motivasi yang terkait dengan pencapaian tujuan yang menantang, untuk penguasaan keterampilan dan perasaan puas setelah belajar akan sebuah skill atau keahlian. Penelitian ini dikembangkan dari temuan penelitian Hytti *et al.,* (2010) dan Pittino *et al.,(*2016), dengan enam *item* yang terdiri dari, yaitu:

a. Ilmu tentang kewirausahaan penting bagi bekal masa depan
b. Peluang masih besar pada bidang kewirausahaan
c. Menjadi bos bagi diri sendiri
d. Menjadi seorang wirausaha dapat meningkatkan status sosial

e. Lebih senang untuk mengatur waktu secara pribadi
f. Tidak ingin menjadi seorang pengangguran

4. Orientasi Kewirausahaan (Y3) adalah upaya yang terlibat dalam inovasi, melakukan usaha yang berisiko dan pro aktif untuk mengembangkan usaha. Operasional variabel ini mengadopsi penelitian dari Wiklund (2007) dan Narver *and* Slater (2000) yang terdiri dari enam *item*, yaitu:

a. Bereaksi terhadap inisiatif yang diambil oleh pesaing bisnis di Kota Batu
b. Pilihan strategi untuk perubahan demi menghadapi pesaing di Kota Batu
c. Pemilihan proyek yang besar atau kecil dengan resiko yang ditanggung berkaitan UKM di Kota Batu
d. Cara pandang terhadap lingkungan bisnis Kota Batu dengan analisis lebih lanjut.
e. Menentukan keputusan berkaitan dengan perkembangan UKM secara cepat
f. Pertama dalam memperkenalkan produk baru UKM Kota Batu daripada pesaing.

Penelitian ini menyusun hubungan antara variabel atau konstruk yang ada dengan menurunkan langsung kepada *item-item*, karena konstruk yang dibangun mendekati empiris dan sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya secara empiris.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka ringkasan operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Variabel dan *Item*

Variabel	*Indikator*	*Item*	Sumber
Pelatihan Kewirausahaan (X1)	Pelayanan Pelatihan	a.Pelatihan kewirausahaan oleh PLUT meningkatkan inovasi baru b.Pelatihan kewirausahaan dari PLUT meningkatkan penggunaan teknologi baru c.Infrastruktur pelatihan PLUT yang lengkap	Katerina *et al.,* (2010)
	Manfaat Pelatihan	a..Pelatihan membantu mengelola keuangan usaha lebih baik b..Dapat memberi wawasan baru berkaitan dengan strategi pemasara c.Mampu mengelola sumber daya manusia lebih baik d..Menambah relasi bisnis lebih luas	
Perilaku Kewirausahaan (Y1)	Sikap	a.Percaya diri untuk berhasil dalam berwirausahaa b.Memiliki ambisi besar untuk sukses sebagai UKM c.Kewirausahaan sebagai wadah untuk menemukan jati diri	Seinonen *and* Sahuquillo (2013) dan Kirkley (2016),
	Harapan	a.Ingin mengaplikasikan ide bisnis di Kota Batu yang selama ini dimiliki b.Memiliki ketertarikan besar dalam dunia usaha	
Motivasi Usaha (Y2)	Motivasi Ekstrinsik	a.Ilmu tentang kewirausahaan penting bagi bekal masa depan b.Peluang masih besar pada bidang kewirausahaan d.Menjadi seorang wirausaha dapat meningkatkan status sosial	Hytti *et al.,* (2010) Pittino *et al.,(*2016) ,
	Motivasi Intrinsik	a.Lebih senang untuk mengatur waktu secara pribadi b..Tidak ingin menjadi seorang pengangguran c.Menjadi bos bagi diri sendiri	

Repository Universitas Brawijaya

	Orientasi Pesaing	a.Bereaksi terhadap inisiatif yang diambil oleh pesaing UKM di Kota Batu b.Pilihan strategi untuk perubahan demi menghadapi pesaing c.Pemilihan proyek yang besar atau kecil dengan resiko yang ditanggung berkaitan UKM Kota Batu	Wiklund (2007) dan Narver *and* Slater (2000)
Orientasi Kewirausahaan (Y3)	Orientasi Pelanggan	a..Cara pandang terhadap lingkungan bisnis Kota Batu dengan analisis lebih lanjut. b.Menentukan keputusan berkaitan dengan perkembangan UKM secara cepat c..Pertama dalam memperkenalkan produk baru UKM Kota Batu daripada pesaing.	

4.3 Skala pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Nazir, 2006). Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

Pada penelitian ini skala likert diberikan skor untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data yang terdiri dari, yaitu :

Tabel 4.2 Penentuan Skor Jawaban Responden Menggunakan Skala Likert

No	Jawaban Responden	Notasi	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Nazir, Metode Penelitian 2009

Dari tabel tersebut, dapat ditentukan besarnya kelas (panjang interval) dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan :
c = perkiraan besarnya (*class width, class size, class length*)
k = banyaknya kelas
X_n = nilai observasi terbesar
X_1 = nilai observasi terkecil

$$c = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus tersebut, maka diperoleh nilai interval kelas pada skala Likert adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Interval Kelas Skala Likert

No	Notasi	Score	Interval Kelas
1	Sangat Setuju	5	> 4,2 – 5
2	Setuju	4	>3,4 - 4,2
3	Ragu – Ragu	3	>2,6 – 3,4
4	Tidak Setuju	2	>1,8 – 2,6
5	Sangat Tidak Setuju	1	1 – 1,8

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

4.4 Populasi dan Sampel

4.4.1 Populasi

Menurut Arikunto (2008) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada kenyataannya populasi itu adalah sekumpulan kasus yang perlu memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Menurut Arikunto (2009), populasi adalah objek yang secara keseluruhan digunakan untuk penelitian. Jadi apabila ada seseorang yang hendak meneliti semua karakteristik dan elemen dalam suatu wilayah penelitian, tentu saja penelitian tersebut temasuk dalam penelitian populasi. populasi juga dapat bermakan totalitas atau keseluruhan subjek penelitian baik benda, orang, ataupun suatu hal lain yang di dalamnya bisa diambil informasi penting berupa data penelitian.

Pengertian populasi dan sampel juga dijelaskan oleh Nursalam (2003) bahwa populasi merupakan suatu keseluruhan dari varibel penting yang akan diteliti. Sedangkan menurut Sugiono (2005), populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang di dalamnya terdiri dari karakteristik atau kualitas tertentu yang sudah ditetapkan oleh para peneliti agar bisa dipelajari. Sementara itu, Usman (2006) menjelaskan bahwa populasi pada dasarnya adalah semua nilai entah pengukuran ataupun perhitungan yang sifatnya kualitatif atau kuantitatif dari ciri-ciri atau karakteristik tertentu terkait dengan sekelompok obyek atau subyek yang jelas.

Populasi dan sampel sebenarnya memiliki keterkaitan. Karena sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel adalah sebagian karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh suatu populasi. Bisa juga dikatakan bahwa sampel merupakan bagian kecil yang diambil dari anggota populasi berdasarkan prosedur yang

sudah ditentukan sehingga bisa digunakan untuk mewakili populasinya. Sampel diambil karena jumlah populasi yang terlalu besar sehingga sangat sulit jika peneliti mempelajarinya semua. Hal ini tentu saja terbatas pada tenaga, waktu dan biaya penelitian yang dikeluarkan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang telah mengikuti pelatihan usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu, Jawa Timur yang berjumlah 269 UKM.

4.4.2 Sampel

Sampel menurut Arikunto (2008) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi. Pada dasarnya pengambilan sampel perlu dilakukan untuk efisiensi baik tenaga, waktu, dan biaya.

Untuk mengetahui jumlah sampel pada penelitian ini digunakan rumus Slovin (1967) dengan perhitungan sebagai berikut:

Diketahui jumlah peserta pelatihan UKM yang aktif per Juli 2017 pada PLUT Kota Batu, yaitu 269 UKM, sehingga perhitungannya sebagai berikut :

$$\mathbf{n = N/N(e)^2 + 1}$$

$$\mathbf{n = 269/269(0,1)^2 + 1 = 73 \text{ orang responden}}$$

Keterangan:
n = Sampel
N = Populasi
e = Persentase ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sekitar (10%)

Selanjutnya, dengan mengikuti teknik pengambil sampel *random* sederhana yang sehingga didapatkan jumlah sampel yaitu 73 Responden pada level pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu. Selain itu, Unit analisis penelitian ini adalah individu sebagai Pemilik/manajer usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada tingkat usaha kecil dan Menengah.

4.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang menurut Sekaran (2006) data primer yaitu mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan pelatihan kewirausahaan. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika koesioner disebarkan melalui internet (Sekaran, 2011).

Berdasarkan penjelasan para ahli maka dapat disimpulkan bahwa data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data-data sekunder yang diperoleh dari pihak lain dalam hal ini adalah kantor Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu. Jawa Timur data sekunder yang dimaksud adalah peneliti melakukan pra survei dengan datang langsung ke kantor PLUT untuk mencari informasi dalam hal jumlah usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang mengikuti pelatihan.

4.6 Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam metode penelitian karena data yang diperoleh ini diharapkan dapat dipergunakan untuk memudahkan peneliti mencapai tujuan penelitian. Pada penelitian ini, data diperoleh dari lapangan dengan menggunakan kuesioner. Menurut Nazir (2007) kuesioner merupakan alat lain untuk mengumpulkan data berupa daftar pertanyaan. Selain melalui kuesioner data dikumpulkan dengan melakukan

observasi data dari pihak-pihak yang terkait dengan pelatihan kewirausahaan Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil pengukuran atas konstruk-konstruk teoritis yang telah dioperasionalkan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan cara disebarkan kepada responden ketika para responden mengikuti pelatihan di kantor PLUT sesuai jadwal yang tersedia.

4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.7.1 Uji Validitas

Menurut Idrus (2009) uji validitas merupakan esensi dari kebenaran penelitian. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila instrumen tersebut betul-betul mengukur apa yang seharusnya diukur, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat. Validitas item pertanyaan ditentukan dengan cara mengkorelasikan antara nilai yang diperoleh masing-masing item pertanyaan atau pernyataan dengan nilai total menggunakan Korelasi Pearson *Product Moment* atau membandingkan koefisien korelasi *product moment* (R_{hitung}) dengan nilai kritisnya. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika sig r lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$). Jadi jika korelasi antara item dengan skor total tidak lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) maka item dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) product moment.

Pengujian validitas yang dilakukan dengan melalui program SPSS ver. 20.0 dengan mengggunakan korelasi product moment menghasilkan nilai

masing-masing item pernyataan dengan skor item pertanyaan secara keseluruhan dan untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel

item	r hitung	Sig.	r Tabel	keterangan
X1.1	0.622	0.000	0.3	Valid
X1.2	0.719	0.000	0.3	Valid
X1.3	0.713	0.000	0.3	Valid
X1.4	0.744	0.000	0.3	Valid
X1.5	0.736	0.000	0.3	Valid
X1.6	0.706	0.000	0.3	Valid
X1.7	0.535	0.000	0.3	Valid
Y1.1	0.638	0.000	0.3	Valid
Y1.2	0.746	0.000	0.3	Valid
Y1.3	0.767	0.000	0.3	Valid
Y1.4	0.702	0.000	0.3	Valid
Y1.5	0.666	0.000	0.3	Valid
Y2.1	0.738	0.000	0.3	Valid
Y2.2	0.698	0.000	0.3	Valid
Y2.3	0.760	0.000	0.3	Valid
Y2.4	0.708	0.000	0.3	Valid
Y2.5	0.691	0.000	0.3	Valid
Y2.6	0.641	0.000	0.3	Valid
Y3.1	0.634	0.000	0.3	Valid
Y3.2	0.703	0.000	0.3	Valid
Y3.3	0.686	0.000	0.3	Valid
Y3.4	0.691	0.000	0.3	Valid
Y3.5	0.697	0.000	0.3	Valid
Y3.6	0.713	0.000	0.3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r tabel pertanyaan lebih kecil dari 0.05 (α = 0.05) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

4.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sarwono (2007) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan, sementara menurut Idrus (2009) reliabilitas instrumen merupakan tingkat keajegan instrumen saat digunakan kapan dan oleh siapa saja sehingga akan cenderung menghasilkan data yang sama atau hampir sama dengan sebelumnya. Metode yang digunakan adalah Alpha Cronbach. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas *item* pertanyaan yang skornya bukan 1 dan 0. Menurut Maholtra (2009) suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reliabilitas sebesar ≥ 0,6.

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal).

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Pelatihan Kewirausahaan (X)	0,809	Reliabel
2	Perilaku Kewirausahaan (Y_1)	0,747	Reliabel
3	Motivasi Usaha (Y_2)	0,797	Reliabel
4	Orientasi Kewirausahaan (Y_3)	0,768	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

4.8 Metode Analisis Data

4.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini untuk mendiskripsikan karakteristik lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi persaingan usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai salah

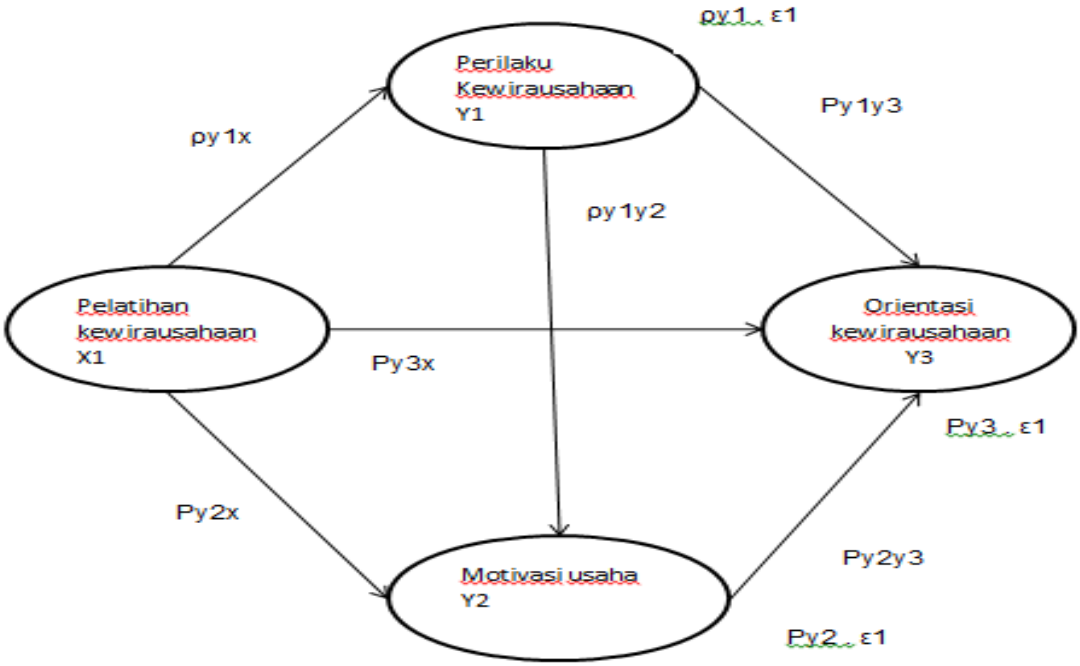
satu bidang ekonomi yang berkembang di Kota Batu. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dalam tabel, dan kemudian dibahas secara deskriptif. Nazir (2007) menjelaskan, metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia atau objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Lebih lanjut dijelaskan oleh Nazir (2007) bahwa metode deskriptif merupakan metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar.

4.8.2 Analisis Jalur

Menurut Pedhazur dalam Winarsunu (2004), analisis jalur (*path analysis*) merupakan sebuah metode yang digunakan untuk melihat akibat langsung atau tidak langsung dari suatu variabel yang dihipotesiskan sebagai penyebab terhadap variabel yang diberlakukan sebagai akibat. Riduwan dan Kuncoro (2014) menyatakan bahwa teknik analisis jalur digunakan untuk menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur yang ada di setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel eksogen dan endogen.

Variabel dalam analisis jalur ini dibedakan menjadi dua yaitu variabel eksogen yang merupakan variabel penyebab yakni variabel Pelatihan Kewirausahaan dan Perilaku Kewirausahaan dan variabel endogen atau variabel akibat yakni variabel Orientasi Kewirausahaan (Al Rasyid, 1993). Analisis jalur dilakukan untuk menemukan penjelasan-penjelasan mengenai pola-pola hubungan langsung dan tidak langsung berdasarkan pertimbangan-pertimbangan teoritis serta pengetahuan yang ditampilkan dalam bentuk gambar diagram jalur yang berfungsi membantu dalam melakukan konseptualisasi masalah yang kompleks dan mengenali implikasi empirik dan teori yang sedang diuji.

4.8.3 Model Jalur



Menurut Sarwono (2007) menyatakan bahwa model jalur adalah suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara, dan tergantung. Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah tunggal yang menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel *exogenous* atau perantara dengan satu variabel tergantung atau lebih. Anak panah juga menghubungkan kesalahan *(variabel residue)* dengan semua variabel endogenous masing-masing. Anak panah ganda menunjukkan korelasi antara pasangan variabel-variabel *exogenous.*

4.8.4 Persamaan Jalur

Bentuk analisis jalur memiliki persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y_1} = \rho y1x\ \mathbf{X} + \rho y1\ .\ \varepsilon 1\ \boldsymbol{\varepsilon_1}$$

$$\mathbf{Y_2} = \rho y2x\ \mathbf{X} + \rho y2y1\ \mathbf{Y_1} + \rho y2.\ \varepsilon 2\ \boldsymbol{\varepsilon_2}$$

$$\mathbf{Y_3} = \rho y3x\ \mathbf{X} + \rho y3y1\ \mathbf{Y_1} + \rho y3y2\ \mathbf{Y_2} + \rho y3.\ \varepsilon 3\ \boldsymbol{\varepsilon_3}$$

Keterangan :

X : Pelatihan Kewirausahaan

Y_1 : Perilaku Kewirausahaan

Y_2 : Motivasi Usaha

Y_3 : Orientasi Kewirausahaan

Penerimaan atau penolakan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini ditentukan dengan kriteria pengambilan keputusan yakni dilihat dari nilai probabilitas dibandingkan nilai α yaitu 0,05 (5%).

Jika probabilitas (p) ≤ 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya koefisien analisis jalur adalah signifikan.

Jika probabilitas (p) > 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak artinya koefisien analisis jalur adalah tidak signifikan.

4.8.5 Uji Triming Model

Model triming adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan. Jadi, model trimming terjadi ketika koefisien jalur diuji secara keseluruhan ternyata ada variabel yang tidak signifikan. Walaupun ada satu, dua atau lebih variabel yang tidak signifikan, peneliti perlu memperbaiki model struktur analisis jalur yang telah dihipotesiskan.

Langkah-langkah pengujian path analysis model trimming sebagai berikut:

1). Merumuskan persamaan struktural
2). Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
3) Menghitung koefisien regresi untuk setiap sub struktur yang telah dirumuskan
4) Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)
5) Menghitung secara individual
6) Menguji kesesuaian antar model analisis jalur
7) Merangkum ke dalam tabel
8) Memaknai dan menyimpulkan

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Sejarah Berdirinya PLUT K-UKM Kota Batu

PLUT pada awalnya merupakan program pemerintah untuk mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui Kementerian Koperasi dan UKM berdasarkan Peraturan Menteri Koperasi No:02/Per/M.KUKM/I/2016, tanggal 17 Februari 2014 tentang Pendampingan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan juga berdasarkan Peraturan Deputi Menteri Koperasi dan UKM No.: 08/PER/DEP.4/IV/2016 tentang Petunjuk Teknis Pusat Layanan Usaha Terpalu Koperasi dan UKM Tahun 2014. Terkhusus di wilayah Jawa Timur pada awalnya hanya berdiri dua program PLUT K-UKM, yaitu di Kota Sidoarjo dan Kota Batu. PLUT Kota Batu telah aktif memulai kegiatan pada Tahun Nopember 2016 sampai saat ini dengan memberi pelayanan berupa pendampingan UKM, konsultasi bisnis, program pelatihan dan pengembangan, dan membantu akses permodalan bagi UKM di Kota Batu, Jawa Timur (PLUT, 2018).

Program PLUT-KUKM (Pusat Layanan Usaha Terpadu-Koperasi Usaha, Kecil dan Menengah) sebagai suatu Program yang mengemban tugas dalam penyediaan jasa layanan bagi Koperasi dan UKM, diarahkan untuk mendukung pengembangan produk unggulan daerah khususnya di Kota Wisata Batu. Di awal tahun 2014 merupakan suatu kebanggaan Kota Batu telah didirikan kantor PLUT (Pusat Layanan terpadu) dan Tentunya dalam operasional juga didukung dengan SDM pengelola dan Konsultan Pendamping KUKM yang handal. Maka diharapkan

dengan adanya PLUT para UKM Kota Wisata Batu akan menjadi lebih berkembang, meningkat dan lebih kreatif.

5.1.1 Kelembagaan PLUT K-UKM Kota Batu

Gambar 5.1 : Kelembagaan PLUT KUMKM Kota Batu

Berdasarkan Gambar 5.1 dapat diketahui bahwa struktur organisasi PLUT telah mencakup berbagai bagian dari ketua hingga langsung ke tenaga pendamping dari operasi dan dan teknologi tepat guna, bagian administrasi dan keuangan, IT dan pemasaran, sumber daya manusia, dan strategi bisnis dan akses permodalan. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang menjadi binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan Usaha, Kecil, dan Menengah (PLUT-KUKM) yang terdapat di Kota Batu, dengan responden yang terdiri dari pemilik UKM.

UKM yang menjadi objek dalam penelitian ini difokuskan pada UKM yang bergerak pada bidang industri makanan dan minuman (mamin) dan industri kerajinan (*craft*) yang telah bergabung dan aktif berorganisasi pada komunitas

Asosiasi Pengusaha Kota Batu (APKB) yang mana asosiasi tersebut merupakan salah satu komunitas yang berada pada PLUT-KUKM Kota Batu.

5.2 Profil Responden

Gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, jumlah karyawan, dan penghasilan pada UKM peserta pelatihan PLUT Kota Batu. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi responden tersebut.

5.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden pada penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 5.1 di bawah ini :

Tabel 5.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	f %
1.	Laki-laki	45	61.45
2.	Perempuan	28	38.56
	Total	73	100

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Data yang terlihat di Tabel 5.1 tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini adalah responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 61.45 % atau 45 orang, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan memiliki persentase 38.56 % dengan jumlah responden 28 orang. Selain itu, terdapat hal menarik yang bisa dilihat pada Tabel 5.1 yaitu peran wanita sebagai pelaku UKM ternyata cukup besar, hal ini merupakan perkembangan baik, mengingat selama ini menurut beberapa peneliti seperti Bolton (2017) dan Tambunan (2008), sebagian besar pelaku UKM yang didominasi oleh laki-laki .

Sex	Size		
	SEs	MEs	SMEs
Male	77.33	83.75	71.01
Female	22.67	16.25	28.99
Total	100.00	100.00	100.00

Sumber : Tambunan (2008)

Seperti ditunjukan pada informasi di atas bahwa sebagian besar pelaku UKM di Indonesia didominasi oleh laki-laki.

5.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, gambaran mengenai usia responden dapat dilihat pada Tabel 5.2 dibawah ini :

Tabel 5.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Umur (Tahun)	Frekuensi	f%
1.	20 – ≤29	11	10.06
2.	>29 – ≤39	32	49.31
3.	>39 – ≤49	16	36.71
4.	>49	14	12.92
	Total	73	100

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Pada Tabel 5.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 30-39 tahun dengan persentase sebesar 49.31% atau 32 orang. Pada urutan kedua berada pada rentang usia 40-49 tahun dengan persentase 36.71% atau sebanyak 16 orang. Di urutan ketiga berada pada rentang usia lebih dari 50 tahun dengan persentase 12.92% atau sebanyak 14 orang. Pada urutan keempat berada pada rentang usia 20-29 tahun dengan persentase 10.06% atau sebanyak 11 orang.

Sebagian besar responden berada pada usia antara 30-39 tahun sebesar 49.31% hal ini merupakan perkembangan baik karena di usia yang cukup mudah

dan produktif sebagian besar responden memilih untuk berwirausaha pada bidang UKM. Selain itu, hal lain yang menarik adalah responden pada rentang usia antara 20-29 tahun ternyata juga memilih berwirausaha dengan memaksimalkan kreatifitas dan peluang UKM yang masih menjanjikan.

5.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan

Gambaran mengenai tingkat pendidikan para responden UKM peserta pelatihan PLUT dapat dilihat pada Tabel 5.3

Tabel 5.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	f%
1.	SD	3	4.99
2.	SMP	8	17.72
3.	SMA	29	39.57
4.	S1	31	48.72
5.	S2	2	3.02
	Total	73	100%

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Tabel 5.3 menunjukkan data mengenai tingkat pendidikan responden. Persentase terbesar berada pada tingkat pendidikan S1 yaitu 48.72% atau sebanyak 31 orang. Pada posisi kedua berada pada tingkat pendidikan SMA dengan persentase 39.57% atau sebanyak 29 orang. Pada posisi ketiga dan keempat berada pada tingkat pendidikan SMP dan SD dengan persentase yaitu 17.72% dan 4.99% atau masing-masing sebanyak 8 orang dan 3 orang. Serta Pendidikan S2 yaitu sebesar 3.02% atau sebanyak 2 orang. Responden pada penelitian ini sebagian besar memiliki pendidikan pada tingkat S1. Besarnya jumlah pendidikan pada tingkat S1 merupakan hal yang cukup potensial sebagai

pelaku UKM karena UKM juga membutuhkan ketekunan, potensi, pengetahuan, dan pemikiran yang lebih luas untuk masa datang.

5.2.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki

Pada gambaran mengenai jumlah karyawan yang terdapat pada setiap peserta pelatihan UKM dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 5.4 Jumlah karyawan yang dimiliki

No	Jumlah karyawan (Orang)	Frekuensi	f%
1.	1 - 9	64	91.94
2.	10 – 19	3	4.06
3.	>19	6	5.99
	Total	73	100

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Tabel 5.4 menjelaskan bahwa sebagian besar UKM pada peserta pelatihan PLUT Kota Batu memiliki jumlah karyawan antara 1-9 orang dengan persentase 91.94% atau sebanyak 64 orang responden. Pada bagian lain hanya 3 orang responden yang memiliki jumlah karyawan antara 10-19 orang. Penerapan *Range* jumlah karyawan pada penelitian ini berdasarkan definisi dari Biro Pusat Statistik (2015) tentang usaha kecil, yang disebutkan dengan kriteria jumlah karyawan yang dimiliki usaha kecil tidak lebih dari 19 orang. Hasil pengumpulan data penelitian ternyata sebagian besar pelaku UKM masih memiliki jumlah pegawai yang relatif sedikit dengan jumlah antara 1-9 orang pegawai yang mencapai 91.94% dari total sampel. Hal ini bisa terjadi karena dimungkinkan persaingan UKM di Kota Batu sebagai Kota Wisata yang semakin ketat sehingga menuntut UKM untuk mencapai keunggulan bersaing agar kinerja semakin meningkat dengan ditandai dari jumlah pegawai.

5.2.5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel berikut ini menjelaskan mengenai penghasilan para UKM peserta pelatihan PLUT yaitu sebagai berikut.

Tabel 5.5 Penghasilan (Per Bulan)

No	Penghasilan (Per Bulan)	Frekuensi	f%
1.	≤ 5 juta	8	18.30
2.	> 5 - ≤ 9.5 juta	10	23.46
3.	> 9.5 - ≤ 14.5 juta	15	29.18
4.	> 14.6 - ≤19.5 juta	25	33.53
5.	≥ 20 juta	15	29.18
	Total	73	100

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Pada Tabel 5.5 diketahui bahwa responden terbanyak yang memiliki jumlah penghasilan Per Bulan penghasilan Rp.14.500.000 s/d kurang dari sama dengan Rp.19.500.000,- sebesar 25 orang responden atau 33.53%. Pada posisi kedua dan ketiga yaitu responden dengan penghasilan lebih dari sama dengan Rp. 20.000.000 juga dimiliki 15 orang responden atau dengan persentase 29.18 % serta responden dengan jumlah penghasilan Rp. 9.600.000,- s/d kurang dari sama dengan Rp. 14.500.000 dengan persentase sebesar 29.18% atau 15 orang responden. Peringkat kelima yaitu responden dengan jumlah terkecil pada penghasilan kurang dari sama dengan Rp.5.000.000,-

Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa masih banyak UKM yang memiliki penghasilan perbulan kurang dari sama dengan Rp. 5.000.000,-. Hal ini menjadi tantangan untuk pelaku UKM meningkatkan penghasilan. Selain itu, Jika dilihat pada tabel 5.5 penghasilan untuk golongan penghasilan Rp.14.500.000 s/d kurang dari sama dengan Rp.19.500.000,- sebesar 25 orang responden, hal tersebut mengindikasikan bahwa ternyata ada

cukup banyak pelaku UKM yang berhasil menjadi UKM yang memiliki pendapatan cukup besar khususnya di Kota Batu.

5.3 Analisis Deskriptif Variabel

Berikut persentase distribusi untuk masing – masing item penelitian. Seperti terlihat pada tabel.

5.3.1 Pelatihan Kewirausahaan (X_1)

Tabel 5.6 Distribusi Frekuensi Variabel Pelatihan Kewirausahaan (X)

Item	SS		S		RR		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X_1	27	36.99	40	54.79	5	6.85	1	1.37	0	0.00	73	100	4.27
X_2	29	39.73	35	47.95	9	12.33	0	0.00	0	0.00	73	100	4.27
X_3	29	39.73	34	46.58	7	9.59	3	4.11	0	0.00	73	100	4.22
X_4	21	28.77	39	53.42	10	13.70	2	2.74	1	1.37	73	100	4.05
X_5	20	27.40	40	54.79	8	10.96	4	5.48	1	1.37	73	100	4.01
X_6	20	27.40	47	64.38	3	4.11	3	4.11	0	0.00	73	100	4.15
X_7	23	31.51	39	53.42	10	13.70	1	1.37	0	0.00	73	100	4.15
Grand Mean													4.16

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Pada Tabel 5.6 dapat diketahui bahwa dari 73 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Pelatihan di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu. Hasil perhitungan rata – rata di dapatkan bahwa variabel Pelatihan Kewirausahaan sebesar 4,16. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Pelatihan Kewirausahaan yang diberikan sudah baik.

Melalui Tabel 5.6 juga dapat diketahui bahwa item X_1, berkaitan tentang pelatihan kewirausahaan yang berfungsi untuk meningkatkan inovasi bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM), nilai rata-rata item X_1 berada pada rentang nilai 4.27 yang berarti bahwa nilai tersebut tinggi (di atas rata-rata) yang artinya bahwa

pelatihan yang dilakukan oleh PLUT mampu menciptakan inovasi bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Melalui Tabel 5.6 juga dapat diketahui bahwa item $X_{2,}$ berkaitan tentang pelatihan kewirausahaan yang berfungsi untuk meningkatkan penggunaan teknologi bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM), nilai rata-rata item X_2 berada pada rentang nilai 4.27 yang berarti bahwa penggunaan teknologi bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang dikelola oleh PLUT telah berjalan maksimal bagi perkembangan usaha usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Melalui Tabel 5.6 juga dapat diketahui bahwa item $X_{3,}$ berkaitan tentang infrastruktur pelatihan bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM), nilai rata-rata item X_3 berada pada rentang nilai 4.22 yang berarti bahwa infrastruktur pelatihan sudah layak bagi perkembangan usaha usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Melalui Tabel 5.6 juga dapat diketahui bahwa item $X_{4,}$ berkaitan tentang pelatihan kewirausahaan yang berfungsi untuk mampu mengelola keuangan bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM) agar lebih baik, nilai rata-rata item X_4 berada pada rentang nilai 4.05 yang berarti bahwa manajemen keuangan yang selama ini jarang dilakukan oleh usaha usaha Kecil dan Menengah (UKM) ternyata telah mampu dikembangkan melalui pelatihan PLUT Kota Batu.

Melalui Tabel 5.6 juga dapat diketahui bahwa item $X_{5,}$ berkaitan tentang pelatihan kewirausahaan yang berfungsi untuk mengembangkan strategi pemasaran bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM) agar lebih baik, nilai rata-rata item X_5 berada pada rentang nilai 4.01 yang berarti bahwa strategi pemasaran yang dikembangan melalui PLUT telah tepat sasaran, hal tersebut berfungsi bagi peningkatan kualitas usaha usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Melalui Tabel 5.6 juga dapat diketahui bahwa item $X_{6,}$ berkaitan tentang pelatihan kewirausahaan yang berfungsi untuk mengembangkan manajemen sumber daya manusia bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM) agar lebih baik, nilai rata-rata item X_6 berada pada rentang nilai 4.15 yang berarti bahwa pelatihan yang dikembangan melalui PLUT mampu membawa usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk mengelola sumber daya manusia yang dimilikinya.

Melalui Tabel 5.6 juga dapat diketahui bahwa item $X_{7,}$ berkaitan tentang pelatihan kewirausahaan yang berfungsi untuk menambah relasi bisnis bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM) agar lebih luas dan bermanfaat, nilai rata-rata item X_7 berada pada rentang nilai 4.15 yang berarti bahwa pelatihan yang dikembangkan melalui PLUT mampu berfungsi sebagai wadah untuk memperluas jariangan bisnis yang menguntungkan bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Tabel 5.6 juga menunjukkan bahwa sebagian responden menjawab pada pilihan “Setuju” yang artinya bahwa variabel pelatihan kewirausahaan selama ini telah diterima oleh sebagian besar pelaku UMKM di Kota Batu yang dikelola oleh PLUT Kota Batu dan membuktikan bahwa lembaga tersebut telah menjalankan tugas, pokok dan fungsinya.

5.3.2 Perilaku Kewirausahaan (Y_1)

Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Kewirausahaan (Y_1)

Item	SS		S		RR		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
$Y_{1.1}$	29	39.73	41	56.16	1	1.37	2	2.74	0	0.00	73	100	4.33
$Y_{1.2}$	28	38.36	37	50.68	6	8.22	2	2.74	0	0.00	73	100	4.25
$Y_{1.3}$	17	23.29	42	57.53	13	17.81	1	1.37	0	0.00	73	100	4.03
$Y_{1.4}$	22	30.14	41	56.16	9	12.33	1	1.37	0	0.00	73	100	4.15
$Y_{1.5}$	22	30.14	42	57.53	9	12.33	0	0.00	0	0.00	73	100	4.18
Grand Mean													4.19

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Pada Tabel 5.7 dapat diketahui bahwa dari 73 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Perilaku Kewirausahaan di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu. Hasil perhitungan rata – rata di dapatkan bahwa variabel Perilaku Kewirausahaan sebesar 4,19. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Perilaku Kewirausahaan yang di berikan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu sudah baik.

Melalui Tabel 5.7 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{1.1,}$ berkaitan tentang tingkat kepercayaan diri untuk berwirausaha pada level usaha Kecil dan Menengah (UKM), nilai rata-rata item $Y_{1.1,}$ berada pada rentang nilai 4.33 yang berarti bahwa perilaku kewirausahaan berada pada level cukup tinggi dan bermakna bahwa usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu selama ini merasa mampu untuk berhasil dalam dunia UKM.

Melalui Tabel 5.7 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{1.2,}$ berkaitan tentang ambisi besar untuk sukses bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM), nilai rata-rata item $Y_{1.2}$ berada pada rentang nilai 4.25 yang berarti bahwa usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu selama ini memiliki ambisi besar untuk sukses dalam menghadapi berbagai gejolak ekonomi.

Melalui Tabel 5.7 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{1.3,}$ berkaitan tentang kewirausahaan sebagai wadah untuk menemukan jatidiri bagi usaha Kecil dan Menengah (UKM), nilai rata-rata item $Y_{1.3}$ berada pada rentang nilai 4.03 yang berarti bahwa usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu merupakan pilihan atau keputusan yang diambil sebagai wadah yang tepat untuk menemukan jatidiri yang mungkin selama ini menjadi minat dan potensi para pelaku usaha tersebut.

Melalui Tabel 5.7 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{1.4,}$ berkaitan tentang kewirausahaan sebagai wadah untuk mengaplikasikan ide bisnis yang selama ini

dimiliki, nilai rata-rata item $Y_{1.4}$ berada pada rentang nilai 4.15 yang berarti bahwa usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Batu merupakan wadah yang tepat berkaitan dengan perkembangan ekonomi Kota Batu sehingga ide bisnis dapat diaplikasikan dengan tepat.

Melalui Tabel 5.7 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{1.5,}$ berkaitan tentang memiliki ketertarikan besar dalam dunia usaha, nilai rata-rata item $Y_{1.5}$ berada pada rentang nilai 4.18 yang berarti bahwa usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan cerminan diri sebagian responden tentang ketertarikan dalam dunia usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Berdasarkan Tabel 5.7 juga diketahui bahwa frekuensi terbesar memang terletak pada jawaban "Setuju", namun dalam hal perilaku kewirausahaan UMKM Kota Batu terdapat data angka sejumlah 17.81 % yang menjawab "Ragu-Ragu" yang artinya bahwa masih terdapat kesenjangan atau rasa belum percaya diri dalam menjalankan usaha selama ini, hal tersebut dapat dimungkinkan karena kurangnya faktor pengetahuan dan pemahaman lebih lagi tentang wirausaha selama ini.

5.3.3 Motivasi Usaha (Y_2)

Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Usaha (Y_2)

Item	SS		S		RR		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
$Y_{2.1}$	24	32.88	42	57.53	6	8.22	1	1.37	0	0.00	73	100	4.22
$Y_{2.2}$	25	34.25	37	50.68	8	10.96	3	4.11	0	0.00	73	100	4.15
$Y_{2.3}$	33	45.21	35	47.95	3	4.11	2	2.74	0	0.00	73	100	4.36
$Y_{2.4}$	23	31.51	38	52.05	10	13.70	2	2.74	0	0.00	73	100	4.12
$Y_{2.5}$	22	30.14	45	61.64	5	6.85	1	1.37	0	0.00	73	100	4.21
$Y_{2.6}$	31	42.47	38	52.05	2	2.74	2	2.74	0	0.00	73	100	4.34
Grand Mean													4.23

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Pada Tabel 5.8 dapat diketahui bahwa dari 73 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Motivasi Usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu. Hasil perhitungan rata – rata di dapatkan bahwa variabel Motivasi Usaha sebesar 4,23. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Motivasi Usaha Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu sudah tinggi.

Melalui Tabel 5.8 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{2.1,}$ berkaitan tentang ilmu kewirausahaan penting bagi bekal masa depan, nilai rata-rata item $Y_{2.1}$ berada pada rentang nilai 4.22 yang berarti pengetahuan usaha kecil dan menengah (UKM) yang selama ini kurang tentang ilmu-ilmu kewirausahaan, namun dalam penelitian ini menyatakan bahwa pelaku usaha tersebut merasa penting dan membutuhkan pengetahuan ilmu kewirausahaan bagi perkembangan usahanya saat ini dan juga masa depan.

Melalui Tabel 5.8 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{2.2,}$ berkaitan tentang peluang yang masih besar dalam bidang kewirausahaan, nilai rata-rata item $Y_{2.2}$ berada pada rentang nilai 4.15 yang berarti pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) telah sadar dan memahami pentingnya peluang usaha kecil dan menengah yang masih besar dan memiliki prospek masa depan yang bisa dimanfaatkan untuk kesejahteraan ekonomi.

Melalui Tabel 5.8 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{2.3,}$ berkaitan tentang motivasi untuk menjadi bos bagi sendiri, nilai rata-rata item $Y_{2.3}$ berada pada rentang nilai 4.26 yang berarti pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki motivasi besar untuk menjadi bos bagi diri sendiri dibandingkan menjadi karyawan dan ikut mengabdi kepada perusahaan lain. Terlebih lagi bahwa semakin meningkatnya peluang dalam dunia usaha kecil dan menengah (UKM)

maka semakin meningkatkan motivasi bagi banyak orang untuk menekuni usaha mandiri.

Melalui Tabel 5.8 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{2.4,}$ berkaitan tentang motivasi menjadi wirausaha yang dapat meningkatkan status sosial, dengan nilai rata-rata item $Y_{2.4}$ berada pada rentang nilai 4.12. Hal tersebut mengingat bahwa tujuan dari bekerja atau berwirausaha semua akan bermuara pada peningkatan kesejahteraan. Dalam hal ini bidang usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu cara yang tepat dan cepat berkaitan untuk mencapai tujuan yaitu kesejahteraan ekonomi yang juga akan berdampak pada peningkatan status sosial yang bisa dihargai dilingkungan masyarakat.

Melalui Tabel 5.8 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{2.5,}$ berkaitan tentang motivasi dalam memiliki kebebasan dalam mengatur waktu individu dengan nilai rata-rata item $Y_{2.5}$ berada pada rentang nilai 4.21. Artinya bahwa kebebasan dalam mengatur waktu sendiri merupakan suatu alasan kuat seseorang untuk menjadi wirausaha mandiri karena dengan usaha sendiri dapat meningkatkan kebebasan yang mungkin tidak didapatkan ditempat lain.

Melalui Tabel 5.8 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{2.6,}$ berkaitan tentang motivasi agar tidak menjadi seorang pengangguran dengan nilai rata-rata item $Y_{2.5}$ berada pada rentang nilai 4.34. Hal tersebut bermakna bahwa motivasi kuat menjadi wirausaha bisa dimungkinkan karena faktor kesulitan kerja atau kejenuhan kerja sebagai karyawan sehingga pada akhirnya untuk mencegah seseorang individu tidak menjadi pengangguran.

Berdasarkan Tabel 5.8 diketahui bahwa nilai rata-rata frekuensi tentang motivasi usaha peserta pelatihan PLUT Kota Batu, nilai rata-rata tertinggi terletak pada item Y2.3 sebesar 3.36. Item Y2.3 tersebut adalah mencerminkan motivasi

usaha dilakukan dalam rangka meningkat status sosial di lingkungan masyarakat. Artinya bahwa motivasi terbesar pelaku UMKM Kota Batu ternyata juga menekankan pada pencapaian status sosial atau upaya untuk mencapai sukses melalui bisnis dianggap sebagai jalan yang tepat untuk mewujudkan cita-cita yang diharapkan.

5.3.4 Orientasi Kewirausahaan (Y_3)

Tabel 5.9 Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Kewirausahaan (Y_3)

Item	SS		S		RR		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
$Y_{3.1}$	24	32.88	41	56.16	8	10.96	0	0.00	0	0.00	73	100	4.22
$Y_{3.2}$	23	31.51	42	57.53	6	8.22	2	2.74	0	0.00	73	100	4.18
$Y_{3.3}$	24	32.88	33	45.21	10	13.70	5	6.85	1	1.37	73	100	4.01
$Y_{3.4}$	21	28.77	43	58.90	9	12.33	0	0.00	0	0.00	73	100	4.16
$Y_{3.5}$	21	28.77	46	63.01	4	5.48	2	2.74	0	0.00	73	100	4.18
$Y_{3.6}$	26	35.62	38	52.05	8	10.96	0	0.00	1	1.37	73	100	4.21
Grand Mean													4.16

Sumber : Data Primer diolah, (2018)

Pada Tabel 5.9 dapat diketahui bahwa dari 73 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Orientasi Kewirausahaan di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu. Hasil perhitungan rata – rata di dapatkan bahwa variabel produktivitas sebesar 4,16. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kota Batu memiliki kategori yang tinggi.

Melalui Tabel 5.9 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{3.1,}$ berkaitan tentang bereaksi terhadap inisiatif pesaing usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Batu, nilai rata-rata item $Y_{3.1,}$ berada pada rentang nilai 4.22 yang berarti pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) harus mampu merespon segala bentuk

strategi pesaing, mengingat persaingan ketat di Kota Batu dengan sesama jenis industri.

Melalui Tabel 5.9 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{3.2,}$ berkaitan tentang pilihan strategi untuk perubahan usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Batu demi menghadapi pesaing, nilai rata-rata item $Y_{3.2,}$ berada pada rentang nilai 4.18 yang berarti pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) perubahan demi perubahan harus dilakukan agar mampu menyesuaikan diri dengan berbagai masalah serta perkembangan pasar yang baru.

Melalui Tabel 5.9 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{3.3,}$ berkaitan tentang pilihan tingkat proyek bagi usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Batu demi menghadapi pesaing, nilai rata-rata item $Y_{3.3,}$ berada pada rentang nilai 4.01 yang berarti bahwa pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) senantiasa dihadapkan terhadap pilihan proyek besar atau kecil sehingga keputusan yang tepat adalah hal yang harus dipertimbangkan untuk mencegah resiko yang mungkin akan muncul.

Melalui Tabel 5.9 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{3.4,}$ berkaitan tentang cara pandang terhadap lingkungan bisnis bagi usaha kecil dan menengah (UKM) dengan analisis lebih lanjut, nilai rata-rata item $Y_{3.3,}$ berada pada rentang nilai 4.16 yang berarti bahwa pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) harus mampu menganalisis terlebih dahulu tentang lingkungan bisnis yang sedang berkembang atau lingkungan bisnis yang sedang mengalami penurunan, sehingga strategi yang tepat dapat dimiliki untuk peningkatan kinerja usaha.

Melalui Tabel 5.9 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{3.5,}$ berkaitan tentang menentukan keputusan perkembangan bagi usaha kecil dan menengah (UKM) secara cepat, nilai rata-rata item $Y_{3.5,}$ berada pada rentang nilai 4.18 yang berarti

bahwa pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Batu selama ini mampu membuat keputusan yang cepat dan tepat, hal tersebut berguna ketika peluang yang besar dan masih belum banyak pemain di dalamnya.

Melalui Tabel 5.9 juga dapat diketahui bahwa item $Y_{3.6,}$ berkaitan tentang sebagai yang pertama dalam memperkenalkan produk baru usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Batu daripada pesaing, nilai rata-rata item $Y_{3.6,}$ berada pada rentang nilai 4.21 yang berarti bahwa pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) strategi sebagai *first mover* merupakan keunggulan kompetitif yang harus dimiliki pelaku usaha, terlebih usaha kecil dan menengah (UKM) yang memiliki tingkat inovasi tinggi dan persaingan tinggi.

Tabel 5.9 juga dapat menunjukkan bahwa nilai Grand Mean 4.16 menandakan hal menarik bahwa orientasi kewirausahaan sebenarnya sudah dimiliki pelaku UMKM di Kota Batu, dan yang terpenting adalah semakin banyaknya pasar yang menjanjikan karena perkembangan pesat wisata Kota Batu memberi konsekuensi semakin ketatnya persaingan usaha sejenis atau lainnya. Sehingga dapat diketahui melalui nilai item Y3.1 yang menyatakan inisiatif strategi baru pesaing harus direspon cepat agar menjaga kelangsungan hidup dan perkembangan usaha.

5.4 Hasil Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

5.4.1 Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan

Berikut ini merupakan ringkasan hasil uji koefisien jalur pada variabel Pelatihan Kewirausahaan terhadap variabel Perilaku Kewirausahaan.

Tabel 5.10 Hasil Uji Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan

Varaibel Terikat	Variabel bebas	Koefisien Estimasi	t hitung	Probabilitas	Keterangan
Y1	X	0.544	5.465	0.000	Signifikan
R^2_1 : 0,296					

Sumber: Data Primer diolah, 2018 (Lampiran 2)

Hasil pengujian pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 5.10. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H_1 : Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Kewirausahaan.

Tabel 5.10 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,544 menunjukkan bahwa pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan, dengan t_{hitung} sebesar 5,465 dan probabilitas sebesar 0,000 ($p<0,05$), sehingga Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Kewirausahaan yang berarti hipotesis yang menyatakan Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Kewirausahaan diterima.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,296 atau 29,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan sebesar 29,6%, sedangkan kontribusi variabel-variabel lain di luar model penelitian ini sebesar 60,4%.

5.4.2 Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha

Berikut ini merupakan hasil uji koefisien jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap variabel motivasi usaha, yaitu :

Tabel 5.11 Hasil Uji Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha

Varaibel Terikat	Variabel bebas	Koefisisen Estimasi	t hitung	Probabilitas	Keterangan
Y_2	X	0.319	3.241	0.002	Signifikan
	Y_1	0.499	5.073	0.000	Signifikan
R^2_2 : 0,523					

Sumber: Data Primer diolah, 2018 (Lampiran 2)

Hasil pengujian pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha dapat dilihat pada Tabel 5.11. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H_2 : Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha.

Tabel 5.11 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,319 menunjukkan bahwa pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha, dengan t_{hitung} sebesar 3,241 dan probabilitas sebesar 0,002 ($p<0,05$), sehingga Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha yang berarti hipotesis yang menyatakan Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha diterima.

5.4.3 Koefisien Jalur Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha

Berikut ini merupakan hasil uji koefisien jalur Perilaku Kewirausahaan terhadap variabel motivasi usaha, yaitu

Tabel 5.12 Koefisien Jalur Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha

Varaibel Terikat	Variabel bebas	Koefisisen Estimasi	t hitung	Probabilitas	Keterangan
Y_2	X	0.319	3.241	0.002	Signifikan
	Y_1	0.499	5.073	0.000	Signifikan
R^2_2 : 0,523					

Sumber: Data Primer diolah, 2018 (Lampiran 2)

Hasil pengujian pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha dapat dilihat pada Tabel 5.12. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H_3 : Perilaku Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha.

Tabel 5.12 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,499 menunjukkan bahwa pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha, dengan t_{hitung} sebesar 5,073 dan probabilitas sebesar 0,000 ($p<0,05$), sehingga Perilaku Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha yang berarti hipotesis yang menyatakan Perilaku Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha diterima.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,523 atau 52,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi Pelatihan Kewirausahaan dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha sebesar 52,3%, sedangkan kontribusi variabel-variabel lain di luar model penelitian ini sebesar 47,7%.

5.4.4 Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Berikut ini merupakan hasil uji koefisien jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap variabel Orientasi Kewirausahaan, yaitu

Tabel 5.13 Hasil Uji Koefisien Jalur Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Varaibel Terikat	Variabel bebas	Koefisien Estimasi	t hitung	Probabilitas	Keterangan
Y_3	X	0.360	3.813	0.000	Signifikan
	Y_1	0.248	2.409	0.019	Signifikan
	Y_2	0.313	2.920	0.005	Signifikan
R^2_2 : 0,623					

Sumber: Data Primer diolah, 2018 (Lampiran 2)

Hasil pengujian pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 5.13. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H_4 : Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Tabel 5.13 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,360 menunjukkan bahwa pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan, dengan t_{hitung} sebesar 3,813 dan probabilitas sebesar 0,000 ($p<0,05$), sehingga Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan yang berarti hipotesis yang menyatakan Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan diterima.

5.4.5 Pengujian Koefisien Jalur Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Hasil pengujian pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 5.12. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H_5 : Perilaku Kewirausahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan.

Tabel 5.12 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,248 menunjukkan bahwa pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan, dengan t_{hitung} sebesar 2,409 dan probabilitas sebesar 0,019 ($p<0,05$), sehingga Perilaku Kewirausahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan yang berarti hipotesis yang menyatakan Perilaku Kewirausahaan

berpengaruh langsung secara dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan diterima.

5.4.6 Pengujian Koefisien Jalur Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan

Hasil pengujian pengaruh Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 5.12. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H_6 : Motivasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan.

Tabel 5.12 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,313 menunjukkan bahwa pengaruh Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan, dengan t_{hitung} sebesar 2,920 dan probabilitas sebesar 0,005 ($p<0,05$), sehingga Motivasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan yang berarti hipotesis yang menyatakan Motivasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan diterima.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,623 atau 62,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi Pelatihan Kewirausahaan, Perilaku Kewirausahaan, dan Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan sebesar 62,3%, sedangkan kontribusi variabel-variabel lain di luar model penelitian ini sebesar 37,7%.

5.4.7 Pengujian Perilaku Kewirausahaan dan Motivasi Usaha sebagai Variabel *Intervening* dalam Hubungan Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Pada hubungan Pelatihan Kewirausahaan dengan Orientasi Kewirausahaan terdapat dugaan variabel Perilaku Kewirausahaan sebagai

variabel *intervening*. Perhitungan besarnya pengaruh Perilaku Kewirausahaan sebagai variabel *intervening* adalah sebagai berikut:

Direct Effect (pengaruh langsung) Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,360

Indirect Effect (IE) $= PY_1X \times PY_1Y_3$

$= 0,544 \times 0,248$

$= 0,135$

Total Efeect (TE) $= PY_3X + (PY_1X \times PY_1Y_3)$

$= 0,360 + 0,135$

$= 0,495$

Direct Effect (pengaruh langsung) Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,360

Indirect Effect (IE) $= PY_1X \times PY_1Y_3$

$= 0,319 \times 0,313$

$= 0,100$

Total Efeect (TE) $= PY_3X + (PY_1X \times PY_1Y_3)$

$= 0,360 + 0,100$

$= 0,460$

Secara keseluruhan hasil perhitungan pengaruh tidak langsung dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 5.13
Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	Koefisien Langsung		standar error		Koefisien Tidak Langsung	se Sobel	Z Hitung
X1, Y, Z	0.544	0.248	0.067	0.118	0.135	0.0666	2.027
X1, Y, Z	0.319	0.313	0.082	0.107	0.100	0.0436	2.287

Sumber: Data Primer diolah, 2018 (Lampiran 2)

5.4.8 Pengujian Koefisien Koefisien tidak langsung Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan yang melalui Perilaku Kewirausahaan

Berdasarkan Tabel 5.13 didapatkan bahwa pengaruh tidak langsung Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan melalui Perilaku Kewirausahaan sebesar 0.135, sehingga total pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,495. Hasil pengujian hipotesis didapatkan nilai Z hitung sebesar 2,027. Nilai Z hitung 2,027 > 1,96 berarti bahwa terdapat pengaruh tidak langsung Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan melalui Perilaku Kewirausahaan secara signifikan, sehingga variabel Perilaku Kewirausahaan mampu memediasi hubungan antara Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan.

5.4.9 Pengujian Koefisien Koefisien tidak langsung Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan yang melalui Motivasi Usaha

Berdasarkan Tabel 5.14 didapatkan bahwa pengaruh tidak langsung Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan melalui Motivasi Usaha sebesar 0.100, sehingga total pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,460. Hasil pengujian hipotesis didapatkan nilai Z hitung sebesar 2,287. Nilai Z hitung 2,287 > 1,96 berarti bahwa terdapat pengaruh tidak langsung Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan melalui Motivasi Usaha secara signifikan, sehingga variabel

Motivasi Usaha mampu memediasi hubungan antara Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan.

Tabel 5.14. Rekapitulasi Hasil Path

Hubungan Variabel	Standardized	t hitung	Probabilitas	Keterangan
$X \rightarrow Y_1$	0.544	5.465	0.000	Signifikan
$X \rightarrow Y_2$	0.319	3.241	0.002	Signifikan
$Y_1 \rightarrow Y_2$	0.499	5.073	0.000	Signifikan
$X \rightarrow Y_3$	0.360	3.813	0.000	Signifikan
$Y_1 \rightarrow Y_3$	0.248	2.409	0.019	Signifikan
$Y_2 \rightarrow Y_3$	0.313	2.920	0.005	Signifikan
X→Y1→Y3	0.135	2.027	0.021	Signifikan
X→Y2→Y3	0.100	2.287	0.011	Signifikan

Sumber : Data Primer diolah (2018)

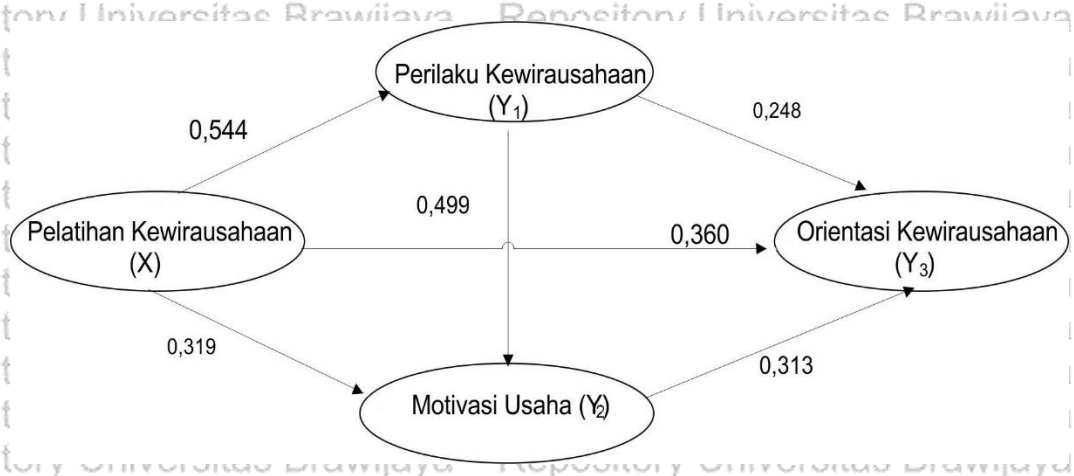
Berdasarkan pada penjelasan mengenai pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung terhadap Orientasi Kewirausahaan, di dapatkan bahwa Pelatihan Kewirausahaan memberikan pengaruh secara langsung terhadap Orientasi Kewirausahaan. Disamping itu Pelatihan Kewirausahaan dan Motivasi Kerja juga memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap Orientasi Kewirausahaan yang melalui Perilaku Kewirausahaan dan Motivasi Usaha

5.5 Hubungan Antar Jalur

Dari keseluruhan perhitungan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan koefisien jalur antar variabel. Gambar 4 menampilkan diagram hasil analisis jalur secara keseluruhan. Koefisien variabel Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan sebesar 0,544, Koefisien variabel Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha sebesar 0,319 dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha sebesar 0,499. Koefisien variabel Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,313. Koefisien variabel Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

sebesar 0,360, dan Koefisien variabel Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,248.

Model akhir dari analisis jalur adalah sebagai berikut :



Gambar 5.1 Diagram Hasil Analisis Jalur

5.6 Ketepatan Model

Ketepatan model hipotesis dari data penelitian ini diukur dari hubungan koefisien determinasi (R^2) pada kedua persamaan. Hasil model sebagai berikut:

R^2model = 1 – (1 – R^2_1) (1 – R^2_2) (1 – R^2_2)

= 1 – (1 – 0,296) (1 – 0,523) (1 – 0,623)

= 1 – (0,704) (0,477)(0,377)

= 1 – 0,1266

= 0,8734 atau 87,34%

Hasil perhitungan ketetapan model sebesar 87,34% menerangkan bahwa kontribusi model untuk menjelaskan hubungan struktural dari keempat variabel yang diteliti adalah sebesar 87,34%. Sedangkan sisanya sebesar 12,66% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

5.7 Pembahasan Hasil Penelitian

5.7.1 Hubungan Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan

Pengaruh langsung pelatihan Kewirausahaan terhadap perilaku kewirausahaan sejalan dengan hasil penelitian Katerina *et al.*, (2010) yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap perilaku kewirausahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Katerina *et al.*, (2010) menyatakan bahwa pelatihan Kewirausahaan berpengaruh terhadap perilaku kewirausahaan dengan nilai koefisien jalur 0.350, sedangkan pada penelitian ini koefisien beta sebesar 0,394 menunjukkan bahwa pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan, dengan t_{hitung} sebesar 5,465 dan probabilitas sebesar 0,000 ($p<0,05$). Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin sering atau baik pelatihan kewirausahaan akan semakin meningkat perilaku Kewirausahaan.

Katerina *et al.,* (2010) dalam hasil penelitiannya menyatakan Pelatihan kewirausahaan yang disusun dengan baik akan mampu menstimulasi seorang individu untuk mengarahkan fokus pada kewirausahaan lebih dalam lagi. Fokus yang dimaksudkan dalam hal ini adalah pelatihan akan membentuk perilaku kewirausahaan yang selama ini mungkin tidak dimanfaatkan dalam hal peningkatan kemampuan kewirausahaan. Clarke *and* sweet (2004) menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan dapat mendorong seseorang untuk lebih mengetahui lebih jauh tentang ilmu kewirausahaan yang nantinya dapat membentuk perilaku kewirausahaan dan dapat menjadi sebuah rutinitas yang positif untuk masa yang akan datang.

Selain itu, Hytti *et al.,* (2010) juga menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan dapat ditumbuhkan melalui media pelatihan atau pengalaman

yang sudah dimiliki individu selama ini. Selain itu faktor lembaga dalam hal ini adalah Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) PLUT Kota Batu yang menjadi jembatan penghubung antara para pelaku usaha kecil dengan pemerintah telah menjalankan perannya dengan baik, sebagai bukti bahwa hasil penelitian yang positif pada peserta pelatihan di PLUT Kota Batu mampu mengarahkan pelaku usaha kecil untuk lebih fokus mengembangkan sikap percaya diri dan melihat peluang pada berbagai faktor pendukung kewirausahaan. Jadi hubungan yang terjadi antara pelatihan kewirausahaan dan perilaku merupakan hubungan sebab akibat yang baik bagi pelaku usaha.

5.7.2 Hubungan Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha

Penelitian ini mendukung penelitian Audet *and* Couteret (2012) yang menyatakan pelatihan kewirausahaan berhubungan positif terhadap motivasi usaha. Hasil pengujian pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha menunjukkan koefisien beta sebesar 0,319 menunjukkan bahwa pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha, dengan t_{hitung} sebesar 3,241 dan probabilitas sebesar 0,002 ($p<0,05$), sehingga Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya pelatihan kewirausahaan maka akan semakin meningkatkan motivasi usaha.

Karakter pelaku usaha kecil memiliki perbedaan yang beragam, perbedaan tersebut merupakan hal alami yang dimiliki karena banyak sekali faktor yang mempengaruhinya. Heinonen *et al.,* (2010) menyatakan bahwa pembelajaran atau pelatihan kewirausahaan adalah bertujuan untuk membentuk keahlian, wawasan, cara pengembangan usaha dan untuk peningkatan kinerja usaha. Pada proses yang dilalui dalam pelatihan-pelatihan tersebut salah satu

tujuan utama adalah untuk memotivasi pelaku usaha untuk memulai usaha baru atau untuk meningkatkan kualitas usaha yang sudah berjalan. Collete *et al*.,(2005) menyatakan bahwa untuk menstimulus faktor intrinsik dan ekstrinsik pelaku usaha dapat dilakukan melalui saran dan wawasan luas yang dikemas dalam bentuk pelatihan kewirausahaan. Oleh karena itu pelatihan kewirausahaan merupakan salah alat yang tepat untuk merangsang atau memotivasi pelaku usaha kecil.

5.7.3 Hubungan Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha

Penelitian ini mendukung penelitian Hytti et al.,(2010) dan Eijdenberg *et al.,* (2016) yang menjelaskan hubungan positif perilaku kewirausahaan terhadap motivasi usaha. Hasil pengujian pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha menunjukkan koefisien beta sebesar 0,499 menunjukkan bahwa pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Motivasi Usaha, dengan t_{hitung} sebesar 5,073 dan probabilitas sebesar 0,000 ($p<0,05$), sehingga Perilaku Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Usaha. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin perilaku kewirausahaan meningkat, akan mengakibatkan semakin tinggi dan kuat motivasi dalam melakukan usaha.

Motivasi Usaha secara garis besar dibagi kedalam dua bagian utama yaitu secara internal dan motivasi dari pengaruh eksternal. Seinonen *et al.,* (2013) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan dapat mempengaruhi perilaku individu dalam kaitannya secara intrinsik atau ekstrinsik. Faktor intrinsik dapat dibentuk melalui kebersamaan satu tujuan dan dari proses tersebut menumbuhkan motivasi pribadi untuk melakukan sesuatu dengan lebih bersemangat. Selain itu, Kirkley (2016) menyatakan bahwa faktor ekstrinsik dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang secara bersama mempunyai

tujuan sama sehingga menumbuhkan motivasi yang positif untuk mencapai visi misi yang diterapkan, hal ini dapat dilakukan pada motivasi untuk berwirausaha. Faktor Perilaku kewirausahaan yang terlebih dahulu berhubungan dengan motivasi usaha didasarkan pada kajian teori Eijdenberg (2016) yang menyatakan bahwa ada pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap stimulasi seseorang

5.7.4 Hubungan Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Seinonen et al.,(2013) yang menjelaskan terdapat hubungan positif antara pelatihan kewirausahaan terhadap orientasi kewirausahaan. Hasil pengujian pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan menunjukkan koefisien beta sebesar 0,360 menunjukkan bahwa pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan, dengan t_{hitung} sebesar 3,813 dan probabilitas sebesar 0,000 ($p<0,05$), sehingga Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin pelatihan kewirausahaan meningkat, akan mengakibatkan semakin kuat orientasi dalam melakukan kewirusahaan.

Pelatihan kewirausahaan dibentuk dengan tujuan untuk membantu mengarahkan pelaku UMKM agar berorientasi pada kewirausahaan . Audet *and* Couteret (2012) menyatakan bahwa efektivitas pelatihan kewirausahaan akan nampak pada saat pelaku usaha kecil telah mengetahui kondisi pasar dan bagaimana strategi yang tepat dalam meresponnya. Jika sebelumnya usaha kecil belum mempunyai arah dan tujuan yang jelas berkaitan usaha yang dibentuknya, maka pelatihan sebagai solusi untuk mengarahkan tujuan yang jelas dan spesifik dan hal tersebut dapat diukur melalui sikap yang inovatif, pro aktif dan berani

mengambil resiko. Orientasi kewirausahaan dapat diawali melalui proses mengelola kreativitas dan inovasi usaha kecil yang dimiliki pelaku usaha kecil dengan disesuaikan terhadap kebutuhan pasar. Hal ini sesuai dengan pendapat Katerina *et al.,* (2010) yang menyatakan bahwa usaha kecil memiliki tingkat inovasi tinggi oleh sebab itu mengarahkan sesuai kebutuhan pasar adalah solusi untuk meningkatkan kualitas usaha kecil.

5.7.5 Hubungan Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Seinonen et al., (2013), Sanches and Sahuquillo (2013) dengan hasil yaitu perilaku kewirausahaan berpengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan. Hasil pengujian pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan menunjukkan koefisien beta sebesar 0,248 menunjukkan bahwa pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Orientasi Kewirausahaan, dengan t_{hitung} sebesar 2,409 dan probabilitas sebesar 0,019 ($p<0,05$), sehingga Perilaku Kewirausahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin perilaku kewirausahaan meningkat, akan mengakibatkan semakin kuat orientasi dalam melakukan kewirusahaan.

Perilaku kewirausahaan merupakan berbagai proses dalam menemukan identitas diri dalam dunia usaha, dan mampu memberi manfaat bagi banya orang melalui perilaku yang positif. Hubungan perilaku kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan selama ini merupakan suatu hubungan yang tidak terpisahkan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Seinonen *et al*.,2013) perilaku kewirausahaan merupakan salah satu bagian penting dalam meningkatkan orientasi terhadap

kewirausahaan. Perilaku kewirausahaan menjadi dasar seseorang yang mempunyai tujuan bersama untuk meningkatkan kualitas kehidupan melalui pembentukan usaha yang berdaya saing. Sanches *and* Sahuquillo (2013) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan mampu meningkatkan hubungan atau relasi yang positif dan relasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan fokus pelaku usaha kecil.

5.7.8 Hubungan Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan

Penelitian ini sejalan Eijdenberg *et al*., (2015) dan Freese (2016) yang menyatakan bahwa motivasi usaha berpengaruh terhadap kewirausahaan. Hasil pengujian pengaruh Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan menunjukkan koefisien beta sebesar 0,313 menunjukkan bahwa pengaruh Motivasi Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan, dengan t_{hitung} sebesar 2,920 dan probabilitas sebesar 0,005 ($p<0,05$), sehingga Motivasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin Motivasi Usaha meningkat, akan mengakibatkan semakin kuat orientasi dalam melakukan kewirusahaan.

Kualitas sebuah UMKM dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, namun faktor utama yang berpengaruh dapat dilihat melalui semangat tinggi pelaku usaha untuk sukses. Semangat yang tinggi tersebut dapat dibangun melalui tingkat motivasi yang dibangun. Eijdenberg *et al* (2015) menyatakan bahwa motivasi pelaku usaha kecil dapat mencerminkan kualitas usaha yang dicapai. Morris *et al*.,(2016) menyatakan bahwa motivasi yang besar dalam memulai sebuah usaha adalah peluang bisnis yang besar dan dapat dilihat oleh pelaku usaha kecil sebagai fenomena yang harus dimanfaatkan.

Motivasi Usaha mampu mengarahkan pelaku usaha kecil untuk lebih pro aktif, berani mengambil resiko dan inovatif yang semuanya merupakan kontek dalam orientasi kewirausahaan. Berdasarkan peluang tersebut pelaku usaha akan mengerahkan segala keahlian dan pemikiran yang tersistem agar mampu mengambil keuntungan dari situasi yang ada.

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kewirausahaan hasil tersebut sebagai pedoman bahwa pelatihan kewirausahaan dibutuhkan oleh pelaku UKM sebagai wadah pengembangan kualitas perilaku kewirausahaan yang berdaya saing.
2. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Usaha, yang berarti bahwa salah satu cara untuk meningkatkan motivasi usaha pelaku UKM adalah dengan metode pelatihan yang dimungkinkan dapat mendorong UKM untuk terus maju dan tidak mudah putus asa.
3. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Perilaku Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Usaha, yang berarti perilaku yang selalu berfokus terhadap pengembangan diri melalui bidang UKM dapat meningkatkan motivasi setiap pelaku usaha, oleh karena itu pengembangan setiap individu untuk meningkatkan potensi, percaya diri atau kerja kerasnya dapat meningkatkan motivasi usaha agar mencapai kesuksesan.
4. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan, yang

berarti program pelatihan yang dilakukan PLUT Kota Batu mampu mengarahkan pelaku UKM untuk lebih fokus atau berorientasi terhadap usaha yang digeluti selama ini, hal tersebut menandakan juga bahwa program-program pemerintah lainnya dalam membina UKM sangat diperlukan dan bermanfaat bagi kualitas UKM di Indonesia.

5. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Perilaku Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan, berarti bahwa UKM harus mengembangkan perilaku kewirausahaan dalam kehidupan sehari-harinya misalnya melalui metode pelatihan atau berkumpul dan diskusi dengan sesama pengusaha sehingga meningkatkan fokus atau orientasinya selalu terhadap dunia bisnis yang menjadi mata pencahariannya selama ini.
6. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Motivasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan, yang berarti bahwa motivasi yang selama ini menjadi dasar dalam mengembangkan usaha pelaku UKM mampu sebagai faktor pendorong agar UKM berorientasi pada usaha tidak hanya sebagai pekerjaan sampingan atau hanya untuk bertahan hidup, namun lebih untuk mencapai tujuan agar sukses dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi peserta pelatihan PLUT Kota Batu maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak PLUT Kota Batu dapat mempertahankan dan meningkatkan Pelatihan Kewirausahaan, karena variabel Pelatihan

Kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan melalui Motivasi Usaha, sehingga Orientasi Kewirausahaan akan semakin baik.

2. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan pengembangan penelitian UKM mengenai masalah-masalah yang selama ini dihadapi dijadikan pedoman untuk penelitian selanjutnya. Jika penelitian ini hanya berfokus pada program pemerintah sebagai wadah pelatihan bagi UKM, namun masih banyak masalah-masalah yang dihadapi dilapangan seperti permodalan, daya tahan UKM dalam bersaing, masalah teknologi yang masih sulit dikuasai, kualitas SDM yang rendah, dan juga pasar yang tidak menentu.
3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Orientasi Kewirausahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti modal sosial, inovasi, dan juga keunggulan bersaing yang merupakan variabel lain 109 variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

6.3 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya, yaitu :

1. Sampel hanya dilakukan pada UKM di Kota Batu yang memiliki wadah PLUT Kota Batu sebagai salah program pemerintah dalam membina UKM dan PLUT hanya tersedia di Kota Batu dan Sidoarjo yang

tentunya masih banyak kota-kota lain di Jawa Timur yang belum terjangkau.

2. Variasi dalam variabel penelitian tentang pelatihan UKM yang masih kurang mendalam, seharusnya dapat dikembangkan mengenai metode pelatihan yang digunakan dan pengaruhnya atau penelitian mengenai evaluasi terhadap program pelatihan yang belum terdapat dalam penelitian ini.

Repository Universitas Brawijaya
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
REPOSITORY.UB.AC.ID

DAFTAR PUSTAKA

Audit. Josee and Couteret. Paul. 2012. Coaching the Entrepreneur: Features and Success Factors. *Journal of Small Business and Entreprise Development*. EmeraldInsight. Vol. 19, Issue; 3

Arikunto. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Empat

Bozovic, Stamenovic, R. (2007), Cultural Perspective Of Wayfinding Behavior-Exploring The Socio Spatial Variable in Three Chinese Hospitals Case Studies, *International Journal of Architecture Research.*

Coleman, J.S. 1990, Social Capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, 94, Supplement. S95-S120

Cooper, J.R. 1993. A Multidimensional Approach to the Adoption of Innovation. Management Decision. Pp 493-502

Darpujianto. 2014. Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha pada Mahasiswa STIE dan STMIK ASIA MALANG. *Jurnal JIBEKA*. Vol 8. No 1.

Eijdenberg. Emiel L, Pass. Leonard J, and Masurel. Enno. 2015. Entrepreneurial Motivation and Small Business Growth in Rwanda. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. EmeraldInsight. Vol. 7. Issue; 3.pp 212-340.

Eijdenberg. Emiel L. 2016. Does One Size Fit All? A Look at Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Orientation in The informal Economy of Tanzania. Journal Entrepreneurial Behavior & Research. EmeraldInsight. Vol. 22. Issue 6. Pp 804-834.

Frese. Michael, Lydia Hass, and Friedrich. Christian. 2016. Personal Initiative Training for Small Business Owners. ScienceDirect. Vol. 5. Issue 8. Pp 27-36.

Hakim. Supriadi. 2003. *Kewirausahaan sebagai solusi kreatif*. Jakarta; Salemba Empat;.

Hasbullah, Jousairi. 2006. *Sosial Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. MR United Press: Jakarta

Hubeis, Musa. 2009. *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Hytti. Ulla, Stenholm. Pekka, Heinonen. Jarna, Seikkula. Jana. & Leino. 2010. Perceived Learning Outcomes in Entrepreneurship Education. *Education+Training Journal*. EmeraldInsight. Vol. 52, Issue; 8/9. Pp 587-606.

Indriartiningtias, Retno. 2009. *Manajemen Industri Kecil Modern.* Surabaya: Trunojoyo Pers

Katerina. K. Sarri, Bakourus. Loannis L, Petridou. Eugenia. 2010. Entrepreneur Training for Creativity and Innovation. *Journal of European Industrial Training.* EmeraldInsight. Vol. 34, Issue; 3. Pp 270-288.

Kirkley. Wiliam Walton. 2016. Entrepreneurial Behavior: the Role of Values. Journal Entrepreneurial Behavior & Research. EmeraldInsight. Vol. 22. Issue 3. Pp 290-328.

Lestari, Retno Budi dan Wijaya, Trisnadi. 2012. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. Jurnal Ilmiah STIE MDP. Vol. 1, No. 2.

Lumpkin, G.T and Dess G.G. 1996. Clarifying the Enterpreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. Academy of Management Review, Volume. 21 (1), p. 135-172

Nazir, Mohammad. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Narver, J.C, Slater, S.F. and Maclachlan. D.L. 2004. *Responsive and Proactive Market Orientation and New-Product Success*. The Journal of Product Innovation Management. p. 334-347.

Narver, J.C and Slater, S.F. 2010. The effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of Marketing*. P. 20-35.

Priyono, Edi dan Muqorobin, Agus. 2015. Studi Literatur Terkait Perilaku Kewirausahaan. *Universitas Muhammadiyah Surakarta jurnal*-Solo.

Pittino, Daniel, Francesca Visintin, and Giancarlo Lauto. 2016. A configurational analysis of the antecedents of entrepreneurial orientation. European Management Journal Vol 1; pp. 1-14

Putnam, R. D. 1993. The Prosperous Community : Social Capital and Public Life. *The American of Prospect*, 13, 35-42

Saiman, Leonardus. 2009. *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus.* Jakarta. Salemba Empat.

Sanches. Virginia Barba and Sahuquillo. Carlos Atienza. 2013. Entrepreneurial Behavior: Impact of Motivation Factors on Decision to Create a New Venture. ScienceDirect. Vol.18. Issue 9, pp 132-138.

Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

Schumpeter, J., 1934. The theory of economic development. England.

Sekaran, Uma, 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis, Edisi Keempat*, Jakarta; Salemba Empat.

Slater. Stanley F and Narver. John C. 2000. The Positive Effect of a Market Orientation on Business Profitability: A Balanced Replication. Journal of Business Research Vol. 48 Issue 8. Pp 69-73.

Soininen. Juha sakari, Puumailainen. Kaisu, and Durst. Susanne. 2013. Entrepreneurial Orientation in Small Firms-Values-Attitudes-Behavior Approach. Journal Entrepreneur Behavior&Research. EmeraldInsight.Vol 19. Issue 6. pp 611-632.

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

Sumartono. 2013. *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta; Salemba Empat;

Sunartiningsih, Agnes. 2004. *Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Institusi Lokal.* Aditya Media;Yogyakarta

Singarimbun, M. dan Efendi S. 1998. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES

Supryanto. 2012. *Ekonomi Kewirausahaan*. Jakarta; Salemba Empat.

Suriatna, D. 2013. Analisa Modal Sosial dan Inovasi Produk pada Pengusaha Mikro dan Kecil di Jawa Timur. *Agora*, *1*(3), 1492-1503

Tambunan, Tulus, 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting,* Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Tambunan, Tulus, 2008, SMEs Development In Indonesia: Do Economic Growth And Government Support Matter?. *IJAPS*. Volume 4, No. 2

Wang, Clement K. and Wong, Poh-Kam. 2004. *Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore*

Wiklund, Johan. 2007. Entrepreneurial Orientation, Risk Taking, and Performance in Family Firms. *Family Business Review*. Volume. XX, No. 1
.

Repository Universitas Brawijaya

Lampiran 1 Frekuesi Jawaban Responden

Frequencies

Statistics

	N		
	Valid	Missing	Mean
X1.1	73	0	4.2740
X1.2	73	0	4.2740
X1.3	73	0	4.2192
X1.4	73	0	4.0548
X1.5	73	0	4.0137
X1.6	73	0	4.1507
X1.7	73	0	4.1507
Y1.1	73	0	4.3288
Y1.2	73	0	4.2466
Y1.3	73	0	4.0274
Y1.4	73	0	4.1507
Y1.5	73	0	4.1781
Y2.1	73	0	4.2192
Y2.2	73	0	4.1507
Y2.3	73	0	4.3562
Y2.4	73	0	4.1233
Y2.5	73	0	4.2055
Y2.6	73	0	4.3425
Y3.1	73	0	4.2192
Y3.2	73	0	4.1781
Y3.3	73	0	4.0137
Y3.4	73	0	4.1644
Y3.5	73	0	4.1781
Y3.6	73	0	4.2055

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	5	6.8	6.8	8.2
	4.00	40	54.8	54.8	63.0
	5.00	27	37.0	37.0	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Repository Universitas Brawijaya

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	12.3	12.3	12.3
	4.00	35	47.9	47.9	60.3
	5.00	29	39.7	39.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	4.1	4.1	4.1
	3.00	7	9.6	9.6	13.7
	4.00	34	46.6	46.6	60.3
	5.00	29	39.7	39.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.4	1.4	1.4
	2.00	2	2.7	2.7	4.1
	3.00	10	13.7	13.7	17.8
	4.00	39	53.4	53.4	71.2
	5.00	21	28.8	28.8	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.4	1.4	1.4
	2.00	4	5.5	5.5	6.8
	3.00	8	11.0	11.0	17.8
	4.00	40	54.8	54.8	72.6
	5.00	20	27.4	27.4	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Repository Universitas Brawijaya

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	4.1	4.1	4.1
	3.00	3	4.1	4.1	8.2
	4.00	47	64.4	64.4	72.6
	5.00	20	27.4	27.4	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	10	13.7	13.7	15.1
	4.00	39	53.4	53.4	68.5
	5.00	23	31.5	31.5	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	1	1.4	1.4	4.1
	4.00	41	56.2	56.2	60.3
	5.00	29	39.7	39.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	6	8.2	8.2	11.0
	4.00	37	50.7	50.7	61.6
	5.00	28	38.4	38.4	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	13	17.8	17.8	19.2
	4.00	42	57.5	57.5	76.7
	5.00	17	23.3	23.3	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Repository Universitas Brawijaya

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	9	12.3	12.3	13.7
	4.00	41	56.2	56.2	69.9
	5.00	22	30.1	30.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	12.3	12.3	12.3
	4.00	42	57.5	57.5	69.9
	5.00	22	30.1	30.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	6	8.2	8.2	9.6
	4.00	42	57.5	57.5	67.1
	5.00	24	32.9	32.9	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	4.1	4.1	4.1
	3.00	8	11.0	11.0	15.1
	4.00	37	50.7	50.7	65.8
	5.00	25	34.2	34.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	3	4.1	4.1	6.8
	4.00	35	47.9	47.9	54.8
	5.00	33	45.2	45.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Repository Universitas Brawijaya

Y2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	10	13.7	13.7	16.4
	4.00	38	52.1	52.1	68.5
	5.00	23	31.5	31.5	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	5	6.8	6.8	8.2
	4.00	45	61.6	61.6	69.9
	5.00	22	30.1	30.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	2	2.7	2.7	5.5
	4.00	38	52.1	52.1	57.5
	5.00	31	42.5	42.5	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	8	11.0	11.0	11.0
	4.00	41	56.2	56.2	67.1
	5.00	24	32.9	32.9	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	6	8.2	8.2	11.0
	4.00	42	57.5	57.5	68.5
	5.00	23	31.5	31.5	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Repository Universitas Brawijaya

Y3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.4	1.4	1.4
	2.00	5	6.8	6.8	8.2
	3.00	10	13.7	13.7	21.9
	4.00	33	45.2	45.2	67.1
	5.00	24	32.9	32.9	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	12.3	12.3	12.3
	4.00	43	58.9	58.9	71.2
	5.00	21	28.8	28.8	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	4	5.5	5.5	8.2
	4.00	46	63.0	63.0	71.2
	5.00	21	28.8	28.8	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Y3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	8	11.0	11.0	12.3
	4.00	38	52.1	52.1	64.4
	5.00	26	35.6	35.6	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

Correlations

		X1
X1.1	Pearson Correlation	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X1.2	Pearson Correlation	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X1.3	Pearson Correlation	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X1.4	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X1.5	Pearson Correlation	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X1.6	Pearson Correlation	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X1.7	Pearson Correlation	.535**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73

**. Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	73	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	7

Repository Universitas Brawijaya

Correlations

Correlations

		Y1
Y1.1	Pearson Correlation	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y1.2	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y1.3	Pearson Correlation	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y1.4	Pearson Correlation	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y1.5	Pearson Correlation	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73

**. Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	73	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	5

Repository Universitas Brawijaya

Correlations

Correlations

		Y2
Y2.1	Pearson Correlation	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y2.2	Pearson Correlation	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y2.3	Pearson Correlation	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y2.4	Pearson Correlation	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y2.5	Pearson Correlation	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y2.6	Pearson Correlation	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73

**. Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	73	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	6

Repository Universitas Brawijaya

Correlations

Correlations

		Y3
Y3.1	Pearson Correlation	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y3.2	Pearson Correlation	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y3.3	Pearson Correlation	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y3.4	Pearson Correlation	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y3.5	Pearson Correlation	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y3.6	Pearson Correlation	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73

**. Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	73	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	6

Repository Universitas Brawijaya

Lampiran 3 Analisis Jalur terhadap Y1 (Perilaku Kewirausahaan)

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	20.9315	2.37656	73
X1	29.1370	3.54070	73

Correlations

		Y1	X1
Pearson Correlation	Y1	1.000	.544
	X1	.544	1.000
Sig. (1-tailed)	Y1	.	.000
	X1	.000	.
N	Y1	73	73
	X1	73	73

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X1[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544[a]	.296	.286	2.00787

a. Predictors: (Constant), X1

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.417	1	120.417	29.869	.000[a]
	Residual	286.240	71	4.032		
	Total	406.658	72			

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y1

Repository Universitas Brawijaya

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.289	1.961		5.246	.000
	X1	.365	.067	.544	5.465	.000

a. Dependent Variable: Y1

Repository Universitas Brawijaya

Lampiran 4 Analisis jalur terhadap Y2 (Motivasi usaha)

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y2	25.3973	2.93797	73
X1	29.1370	3.54070	73
Y1	20.9315	2.37656	73

Correlations

		Y2	X1	Y1
Pearson Correlation	Y2	1.000	.590	.672
	X1	.590	1.000	.544
	Y1	.672	.544	1.000
Sig. (1-tailed)	Y2	.	.000	.000
	X1	.000	.	.000
	Y1	.000	.000	.
N	Y2	73	73	73
	X1	73	73	73
	Y1	73	73	73

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Y1, X1[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724[a]	.523	.510	2.05682

a. Predictors: (Constant), Y1, X1

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.342	2	162.671	38.452	.000[a]
	Residual	296.137	70	4.231		
	Total	621.479	72			

a. Predictors: (Constant), Y1, X1

b. Dependent Variable: Y2

Repository Universitas Brawijaya

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.783	2.367		2.021	.047
	X1	.264	.082	.319	3.241	.002
	Y1	.617	.122	.499	5.073	.000

a. Dependent Variable: Y2

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
REPOSITORY.UB.AC.ID

Lampiran 5 Analisis Jalur terhadap Y3 (Orientasi Kewirausahaan)

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y3	24.9589	2.94599	73
X1	29.1370	3.54070	73
Y1	20.9315	2.37656	73
Y2	25.3973	2.93797	73

Correlations

		Y3	X1	Y1	Y2
Pearson Correlation	Y3	1.000	.680	.654	.692
	X1	.680	1.000	.544	.590
	Y1	.654	.544	1.000	.672
	Y2	.692	.590	.672	1.000
Sig. (1-tailed)	Y3	.	.000	.000	.000
	X1	.000	.	.000	.000
	Y1	.000	.000	.	.000
	Y2	.000	.000	.000	.
N	Y3	73	73	73	73
	X1	73	73	73	73
	Y1	73	73	73	73
	Y2	73	73	73	73

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Y2, X1, Y1[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790[a]	.623	.607	1.84687

a. Predictors: (Constant), Y2, X1, Y1

Repository Universitas Brawijaya

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	389.522	3	129.841	38.066	.000[a]
	Residual	235.355	69	3.411		
	Total	624.877	72			

a. Predictors: (Constant), Y2, X1, Y1

b. Dependent Variable: Y3

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.830	2.186		.837	.405
	X1	.300	.079	.360	3.813	.000
	Y1	.308	.128	.248	2.409	.019
	Y2	.313	.107	.313	2.920	.005

a. Dependent Variable: Y3

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA