

---

## PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG KULINER DI YOGYAKARTA

**Dwi Wahyu Pril Ranto**  
(Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta)

---

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to examine partial affect and simultaneous variables entrepreneurial orientation consisting of the dimensions innovativeness, risk taking and proactiveness towards performance micro small and medium enterprises (SMEs) in the culinary.*

*The population in this study is SMEs in the culinary is located in Bantul, precisely SMEs that are around the campus in UMY, ALMA ALTA, STIKES Ayani and BSI. Reasons sampling at this location because there are many SMEs in the location form stall engaged in the culinary and culinary activities in this are growing rapidly. The purposive sampling is used in this research with sample criteria that SMEs in the culinary has one year running the business.*

*Based on hypothesis testing using multiple regression showed that the variables simultaneously and parsial variable entrepreneurial orientation consisting of the dimensions innovativeness, risk taking and proactiveness significantly affect the performance of SMEs.*

**Keywords :** *entrepreneurial orientation, innovativeness, risk taking, proactiveness, business performance*

---

### PENDAHULUAN

Perkembangan jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) semakin bertambah seiring berjalannya waktu. Ini menandakan geliat usaha dari masyarakat terus meningkat, sehingga pertumbuhan yang terus bertambah ini patut menjadi perhatian yang serius dari berbagai pihak khususnya dari pemerintah untuk tetap menjaga eksistensi para UMKM tersebut. Tidak dipungkiri UMKM ini memiliki peran penting dalam menopang perekonomian bangsa.

Diantara UMKM yang banyak bermunculan tersebut adalah UMKM di bidang kuliner. Usaha di bidang kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang khususnya di Yogyakarta. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat, sehingga keberadaan para UMKM ini harus dijaga keberlanjutannya agar dapat terus memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsa.

Melihat perkembangan jumlah UMKM yang ada, tidak dipungkiri memang banyak UMKM yang berdiri, namun disatu sisi juga banyak yang memiliki persoalan sehingga menuntut usaha itu ditutup. Persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM tersebut diantaranya masalah permodalan, manajemen, pemasaran dan sulit menghasilkan produk yang berkualitas, sehingga mempengaruhi

---

keberlanjutan usaha yang dijalankan. Ditambahkan juga oleh Tarigan dan Susilo (2008), para UMKM memiliki permasalahan yang cukup kompleks, sehingga dapat mempengaruhi kinerja UMKM yaitu antara lain; kurang pengetahuan tentang pasar, daya tawar yang lemah, minimnya modal, dan rendahnya teknologi.

Penyebab lemahnya kinerja dan produktivitas UMKM diduga kuat karena lemahnya karakter kewirausahaan serta belum optimalnya peran manajerial dalam mengelola usaha pada lingkungan bisnis yang cepat berubah seperti saat ini (Hanifah, 2011). Untuk keluar dari masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro kecil, para pelaku UMKM harus mendesain, memasang dan mengoperasikan sistem perumusan strategi, sistem perencanaan strategik dan sistem penyusunan program untuk memotivasi seluruh personel perusahaan dalam mencari dan merumuskan langkah-langkah strategik untuk membangun masa depan perusahaan mereka (Mulyadi, 2006).

Orientasi kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan disebut-sebut sebagai *spearhead* (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko (Becherer dan Maurer, 1997). Orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan.

Porter (1990) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi *benefit* perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil resiko (Lumpkin dan Dess, 1996). Selain itu, dijelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan (Gosselin, 2005).

Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil resiko diyakini mampu mendongkrak kinerja perusahaan. Hal tersebut dikuatkan oleh Covin dan Slevin (1991); Wiklund (1999), yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku wirausaha dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha (Covin dan Slevin, 1991).

Dimensi orientasi kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga yaitu *innovativeness*, *risk taking* dan *proactiveness* (Lumpkin dan Dess, 1996). Keinovatifan (*innovativeness*) adalah kecenderungan untuk terlibat dalam kreativitas dan eksperimen melalui pengenalan produk atau jasa baru serta kepemimpinan teknologi melalui riset dan pengembangan dalam proses-proses baru, sedangkan pengambilan resiko (*risk taking*) adalah pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, dan / atau mengalokasikan sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti. Keaktifan (*proactiveness*) adalah sebuah pencarian peluang, perspektif memandang ke depan yang ditandai dengan pengenalan produk baru atau jasa baru lebih dulu dalam persaingan dan bertindak dalam mengantisipasi permintaan masa mendatang.

Dari uraian beberapa literatur di atas sangat menekankan bahwa seorang wirausahawan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang baik akan merekayasa ulang sistem-sistem yang ada, sehingga menghasilkan gabungan sumber daya produktif yang benar-benar baru. Dalam hal ini para pelaku UMKM dituntut agar mampu merancang strategi-strategi bisnis untuk merespon lingkungan usaha secara proaktif sehingga dapat terus berkompetisi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh *innovativeness*, *risk taking* dan *proactiveness* terhadap kinerja UMKM di bidang kuliner. Pengambilan objek penelitian di bidang kuliner dalam penelitian ini relatif masih jarang dilakukan, sehingga penelitian ini menarik untuk dilakukan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Porter (1990) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Mengingat bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan (Gosselin, 2005).

Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko (Lumpkin dan Dess, 1996). Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko diyakini mampu mendongkrak kinerja perusahaan. Hal tersebut dikuatkan oleh Covin dan Slevin (1991); Wiklund (1999), yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku wirausaha dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha.

Orientasi kewirausahaan yang tinggi berhubungan erat dengan penggerak utama keuntungan sehingga seorang wirausahawan mempunyai kesempatan untuk mengambil keuntungan dan munculnya peluang-peluang tersebut, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Wiklund, 1999).

Untuk mengukur orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) dalam penelitian ini digunakan tiga dimensi orientasi kewirausahaan yang terdiri dari:

a. *Innovativeness*

*Innovativeness* dapat dijelaskan sebagai kecenderungan manajemen organisasi untuk memperbarui bisnis mereka (Lumpkin dan Dess, 1996). Amabile (1996) menjelaskan inovasi sebagai konsep yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru. Oleh karena itu perusahaan diharapkan membentuk pemikiran – pemikiran baru dalam menghadapi baik pesaing, pelanggan dan pasar yang ada.

b. *Risk taking*

*Risk taking* dapat dijelaskan sebagai keinginan untuk meraih peluang yang kemungkinan dapat menyebabkan kerugian atau ketidaksesuaian kinerja yang signifikan (Morris dan Kuratko, 2002). *Risk taking* merupakan sikap berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian. Hambatan beruba risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal.

c. *Proactiveness*

*Proactiveness* dijelaskan sebagai tindakan mencari peluang pasar terus menerus dan eksperimen dengan menggunakan respon yang potensial terhadap kecenderungan perubahan lingkungan (Venkatraman, 1989). *Proactiveness* dapat dijelaskan pula sebagai sebuah pencarian peluang, perspektif memandang ke depan yang ditandai dengan pengenalan produk baru atau jasa baru lebih dulu dalam persaingan dan bertindak dalam mengantisipasi permintaan masa mendatang (Lumpkin dan Dess, 1996).

## 2. Kinerja Perusahaan

Definisi kinerja merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Tujuan perusahaan yang terdiri dari: tetap berdiri atau eksis (*survive*), untuk memperoleh laba (*benefit*) dan dapat berkembang (*growth*), dapat tercapai apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik (Suci, 2006). Kinerja (performa) perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat *turn over* dan pangsa pasar yang diraihnya. Sedangkan Pelham dan Wilson (1996) mendefinisikan kinerja perusahaan sebagai sukses produk baru dalam pengembangan pasar, di mana kinerja perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan dan porsi pasar.

Pengukuran kinerja merupakan salah satu upaya agar dapat dilakukan peningkatan sumberdaya secara efektif dan dapat memberikan arah pada pengambilan keputusan strategis yang menyangkut perkembangan suatu organisasi pada masa yang akan datang (Mulyadi, 2006). Kinerja perusahaan akan diukur dengan menggunakan unit yang terjual (peningkatan volume penjualan), pertumbuhan pelanggan dan tingkat *turnover* pelanggan untuk lebih menyatakan kegiatan pemasaran. Kemampuan menghasilkan laba merupakan salah satu indikator dalam pengukuran kinerja. Laba digunakan karena keluasan menggunakan tolok ukur ini untuk mengukur kinerja pada penelitian-penelitian terdahulu dimana merupakan refleksi dari keberhasilan kinerja perusahaan.

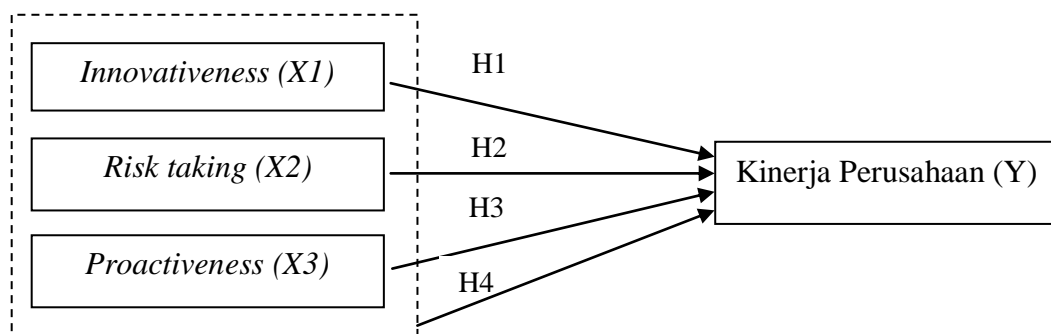
## 3. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Andiningtyas dan Nugroho (2014), dinyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara langsung terhadap kinerja perusahaan di Mitra Binaan Telkom Datel Bandung. Selain itu penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa kinerja dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan. Penelitian tersebut dikemukakan oleh Covin dan Slevin (1991), Wiklund (1999), yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Oleh sebab itu, perusahaan yang semakin inovatif, proaktif, dan berani untuk mengambil risiko cenderung mampu untuk berkinerja usaha yang lebih baik.

---

## 4. Kerangka Konseptual

Model konseptual penelitian yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1. Model Penelitian

## 5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model penelitian tersebut maka hipotesis yang dapat disusun adalah:

- H1 : *Innovativeness* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM  
 H2 : *Risktaking* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM  
 H3 : *Proactiveness* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM  
 H4 : *Innovativeness, risk taking dan proactiveness* secara serentak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM

## METODE PENELITIAN

### 1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah usaha mikro kecil menengah di bidang kuliner yang berada di kabupaten Bantul. Tepatnya usaha mikro kecil menengah yang terdapat sekitar kampus UMY, ALMA ALTA, STIKES AYANI dan BSI. Alasan pengambilan sampel di daerah ini karena banyak terdapat usaha mikro kecil yang berbentuk warung yang bergerak di bidang kuliner dan usaha bidang kuliner ini sedang tumbuh pesat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu usaha kecil bidang kuliner yang telah 1 (satu) tahun menjalankan usahanya, karena dianggap para pelaku usaha ini telah mampu bertahan dan menjalankan usahanya dengan baik.

### 2. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari para pedagang yang bergerak di bidang kuliner yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang dilaksanakan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disampaikan secara langsung oleh peneliti kepada responden dan dikembalikan lagi kepada peneliti.

#### 4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

##### a. Orientasi Kewirausahaan

Pada penelitian ini variabel independennya yaitu orientasi Kewirausahaan. Orientasi Kewirausahaan adalah tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu (Suci, 2006). Adapun dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan sebagai berikut:

##### 1) *Innovativeness*

*Innovativeness* dijelaskan sebagai kecenderungan manajemen organisasi untuk memperbarui bisnis mereka (Lumpkin dan Dess(1996). Adapun indikator-indikator *innovativeness* dalam penelitian ini adalah:

- a) Mencari sendiri ide-ide baru
- b) Mendukung munculnya gagasan produk baru
- c) Mendukung kreativitas bagi munculnya produk baru
- d) Mencoba proses bisnis baru

##### 2) *Risk taking*

*Risk taking* merupakan keinginan untuk meraih peluang yang kemungkinan dapat menyebabkan kerugian atau ketidaksesuaian kinerja yang signifikan (Morris dan Kuratko, 2002). Adapun indikator-indikator *risk taking* dalam penelitian ini adalah:

- a) Menanggung risiko produk tidak terjual
- b) Menanggung risiko perusahaan akan ditutup
- c) Menanggung risiko kerugian finansial

##### 3) *Proactiveness*

*Proactiveness* merupakan tindakan mencari peluang pasar terus menerus dan eksperimen dengan menggunakan respon yang potensial terhadap kecenderungan perubahan lingkungan (Venkatraman, 1989). Adapun indikator-indikator *proactiveness* dalam penelitian ini adalah:

- a) Perubahan kondisi pasar mendorong perusahaan mencari peluang baru
- b) Melakukan antisipasi terhadap permintaan dimasa yang akan datang
- c) Perusahaan menjadi pelopor dalam memperkenalkan produk baru

##### b. Kinerja perusahaan

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini menjadi variabel dependen. Kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu (Suci, 2006). Adapun indikator-indikator kinerja perusahaan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pertumbuhan penjualan yang dicapai sesuai dengan harapan
- 2) Kepuasan terhadap pertumbuhan penjualan
- 3) Pertumbuhan penjualan diperkirakan lebih besar dibanding rata-rata pesaing
- 4) pertumbuhan penjualan meningkat karena berorientasi wirausaha

## 5. Uji Kualitas Instrumen

Metode pengujian instrumen dimaksudkan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat diketahui sampai sejauh mana instrumen dapat menjadi alat pengukur yang valid dan stabil dalam mengukur suatu gejala yang ada.

### a. Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment*. Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS for windows versi 20. Instrumen penelitian dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5%.

### b. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS for windows versi 20. Instrumen penelitian dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar yaitu sebanyak 75 kuesioner, seluruh kuesioner dapat dikumpulkan kembali dan hanya 71 kuesioner dapat diolah karena lengkap diisi oleh responden. Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 51 orang atau 71,9%, sedangkan responden perempuan adalah berjumlah 20 orang atau 28,1%. Sedangkan berdasarkan usia dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 25 tahun - 35 tahun yaitu berjumlah 25 orang atau 35,2%, sedangkan responden berusia di atas 40 tahun -45 tahun adalah paling sedikit berjumlah 9 orang atau 12,6%. Berdasarkan pendidikan dapat diketahui mayoritas responden dalam penelitian ini pendidikannya SMA yaitu berjumlah 34 orang atau 47,8%, sedangkan responden yang pendidikannya SMP adalah yang paling sedikit berjumlah 26 orang atau 36,6%.

### 2. Hasil Penelitian



Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *innovativeness*, *risk taking* dan *proactiveness* terhadap kinerja UMKM. Berikut adalah hasil analisis regresi dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS20.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
<i>Innovativeness</i>	0,412	6,059	0,000
<i>Risk Taking</i>	0,474	7,454	0,000
<i>Proactiveness</i>	0,129	2,409	0,019
F hitung			0,000
<i>R</i> = 0,974 dan <i>Adjusted R Square</i> 0,946			

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pengujian regresi yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Hasil pengujian hipotesis 1

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui secara parsial nilai signifikansi variabel *innovativeness* berada di bawah 0.05, yaitu 0,000 yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan pada taraf nyata 5%, sehingga dapat dijelaskan variabel *innovativeness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga dapat disimpulkan H1 dapat diterima.

b. Hasil pengujian hipotesis 2

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui secara parsial nilai signifikansi variabel *risk taking* berada di bawah 0.05, yaitu 0,000 yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan pada taraf nyata 5%, sehingga dapat dijelaskan variabel *risk taking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga dapat disimpulkan H2 dapat diterima.

c. Hasil pengujian hipotesis 3

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui secara parsial nilai signifikansi variabel *proactiveness* berada di bawah 0.05, yaitu 0,019 yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan pada taraf nyata 5%, sehingga dapat dijelaskan variabel *proactiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga dapat disimpulkan H3 dapat diterima.

d. Hasil pengujian hipotesis 4

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui secara simultan nilai signifikansi variabel *innovativeness*, *risk taking* dan *proactiveness* berada di bawah 0.05, yaitu 0,000 yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan pada taraf nyata 5%, sehingga dapat dijelaskan variabel *innovativeness*, *risk taking* dan *proactiveness* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga dapat disimpulkan H4 dapat diterima.

### 3. Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis, diperoleh hasil bahwa variabel *innovativeness*, *risk taking* dan *proactiveness* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Andiningtyas dan Nugroho (2014), Covin dan Slevin (1991), Wiklund (1999) yang menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara langsung terhadap kinerja perusahaan.

Sedangkan secara teoritis dapat dijelaskan bahwa, orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik dan perusahaan yang semakin inovatif, proaktif, dan berani untuk mengambil risiko cenderung mampu untuk berkinerja usaha yang lebih baik. Selain itu, menurut Becherer dan Maurer (1997) menjelaskan bahwa perusahaan yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko.

Selain itu, dapat dijelaskan bahwa berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa UMKM dibidang kuliner yang diteliti dalam penelitian ini memiliki daya inovasi yang baik, berani mengambil resiko dalam setiap keputusan yang diambil dan bersedia merespon setiap perubahan yang terjadi. Sehingga dapat dilihat bahwa kinerja usaha mereka dapat meningkat dengan adanya orientasi kewirausahaan yang mereka miliki.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *innovativeness* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.
- b. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *risk taking* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.
- c. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *proactiveness* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.
- d. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *innovativeness*, *risk taking* dan *proactiveness* secara serentak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.

### 2. Saran

Berdasarkan hasil keseluruhan dalam penelitian maka ada beberapa saran dari peneliti:

- a. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperhatikan aspek dimensi orientasi kewirausahaan yaitu *proactiveness*. Dimensi ini perlu terus ditingkatkan untuk dapat merespon perubahan-perubahan bisnis yang terjadi.
- b. Untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil jenis UMKM di bidang lainnya. Seperti UMKM batik, kerajinan dan minuman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T.M.,1996, *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*, Boulder, CO: Westview Press.
- Andiningtyas, Imma dan Nugroho, R.L., 2014, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Kecil”, *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 14 - No. 1, April, hal. 37 – 46.
- Becherer, Richard C. dan John G. Maurer, 1997, “The Moderating Effect of Environmental Variables on the Entrepreneurial and Marketing Orientation Of Entrepreneur-led Firms”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 22 (1), p.47-58.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P., 1991, “A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior”.*Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, p.7-25.
- Gosselin Maurice, 2005, “An Empirical Study of Performance Measurement in Manufacturing Firm”, *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 54 No.5/6.pp.419-437
- Hanifah, 2011, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Budaya Organisasi dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan”, *Prosiding Seminar Nasional Call for Paper*, ISSN : 978-979-3649-65-8.
- Lumpkin G.T. and Dess G.G., 1996, “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 21, No.1, p. 135-172.
- Moris, M.H. & Kuratko, D.F., 2002, *Corporate Entrepreneurship*, New York, Harcourt College Publisher.
- Mulyadi, 2006, *Balanced Scorecard*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Pelham, A.M, Wilson, D. T., 1996, “A Longitudinal Study of the Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy and Market Orientation culture on Dimensions of Small-Firm Performance”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.24, p. 27-43.
- Porter M., 1990, *Competitive Strategy*, Free Press, New York.
- Suci, Rahayu P., 2006, “Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi Pada Industri Kecil Menengah Bordir Di Jawa Timur)”,*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, Maret: hal. 46-58.
- Tarigan, Y.P., dan Sri Susilo, Y., 2008, “Masalah dan Kinerja Industri Kecil Pascagempa: Kasus Pada Industri Kerajinan Perak Kotagede Yogyakarta”, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 8 No. 2, Mei 2008, hal. 188–199.
- Venkatraman, 1989, "Strategic Orientation of Business Enterprises: The Construct, Dimensionality, and Measurement", *Management Science*, 35, 8, p.942-962.
- Wiklund, 1999, *The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University.