

Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil

by Pusat Karir Unitomo

Submission date: 21-Nov-2019 05:00PM (UTC+0800)

Submission ID: 1217602476

File name: 4_Industri_Kecil_Sepatu.pdf (173.48K)

Word count: 4695

Character count: 30368

Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur)

Chamdan Purnama

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Al-Anwar Mojokerto

Suyanto

Fakultas Ekonomi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

ABSTRACT

24

This research is intended to study to what extent is the effect of the implementation of business motivation on the ability and success of small business? The sample of this research is 100 shoes small businesses in East Java Province by using stratified cluster sampling technique. The section of area samples is based on the potency of the products in that area. The researcher concludes that in order to increase the success of clothing small business, the needed is the business ability. And in order to increase business ability, the needed is business motivation.

Keywords: Business motivation, business ability, business success.

PENDAHULUAN

Permasalahan yang di hadapi industri kecil bersifat multi dimensi, antara lain mencakup masalah-masalah internal dari setiap unit usaha, masalah eksternal dalam hubungannya dengan pemasok (*supplier*), pembeli (*buyer*) atau konsumen dan pesaing, masalah-masalah yang terkait dengan upaya pemberdayaan, serta masalah globalisasi ekonomi sehubungan dengan diperlakukannya perdagangan bebas serta kemajuan teknologi informasi. Secara internal, industri kecil yang didominasi oleh usaha-usaha berskala sangat kecil (usaha mikro) berhadapan dengan masalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Ciri yang melekat pada para pelaku usaha makro tersebut adalah tingkat pendidikan yang rendah. Rendahnya tingkat pendidikan pada pelaku industri kecil menjadikan wawasan bisnis mereka menjadi sangat sempit, semangat kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang rendah, dan tidak mempunyai atau mengenal manajemen usaha. Ciri umum dari usaha-usaha mikro adalah bahwa usaha ekonomi yang di jalankan masih ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup yang paling dasar, sehingga sebenarnya masih pada tingkat ekonomi subsistem. Ciri dari ekonomi subsistem adalah kegiatan usaha yang yang dijalankan hanya untuk bertahan hidup guna memenuhi kebutuhan paling minimum dan karenanya mereka lebih mengutamakan selamat (*savey first*) dengan menghindari segala resiko sekecil apapun. Dalam kondisi tersebut, secara fisik, usaha-usaha sangat sederhana, hasil produksi yang

kualitasnya rendah, tidak mengenal pembukuan keuangan dan sebagainya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi usaha-industri kecil sangat berat. Secara khusus pelaku ekonomi rakyat yang berusaha pada bidang produksi berhadapan dengan masalah ketergantungan yang sangat tinggi kepada para pedagang pemasok bahan baku dan tok-toko atau pedagang pengumpul yang membeli hasil mereka.

Pada saat yang bersamaan, usaha-usaha produksi kecil dan mikro berhadapan dengan produsen barang atau komoditas sejenis dari kalangan pengusaha menengah dan besar bermodal kuat. Para pengusaha menengah dan besar dengan akses yang mereka miliki kepada asset produksi menggunakan teknologi produksi yang lebih canggih sehingga mampu menghasilkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi dan dengan volume produksi yang lebih banyak. Kondisi ini menyebabkan barang atau produksi dari usaha-usaha produksi kecil dan mikro kalah dalam persaingan, yang mengakibatkan satu persatu mengalami kebangkrutan. Industri kecil di Indonesia saat ini berada di persimpangan jalan. Berbagai persoalan yang mengatasnamakan “pembangunan” seringkali membenamkan industri kecil. Hambatan dan beberapa factor utama yang menyebabkan industri kecil sulit berkembang itu menjadikan industri kecil berada di posisi yang marginal dalam peta ekonomi nasional. Padahal, sumbangan sektor ekonomi kecil terhadap pemerataan kesejahteraan dan penyerapan tenaga kerja, sangatlah besar.

Di sisi lain, beberapa potensi yang ada hingga kini belum sepenuhnya dapat dioptimalkan. Dengan peluang yang masih terbuka lebar, pengembangan potensi usaha rakyat patut mendapatkan dukungan sebagai usaha membentuk kekuatan ekonomi nasional yang tangguh.

Pengalaman di beberapa Negara maju menunjukkan bahwa usaha kecil dapat berkembang menjadi kompetitif dan berintegrasi dengan perekonomian modern. Secara rinci dapat diuraikan sebagai berikut: Pertama, usaha kecil pada tahap awal selalu tergusur oleh usaha-usaha besar karena tingginya tingkat persaingan, tetapi dalam jangka panjang terjadi perkembangan yang pesat, setidaknya bertambahnya daya tahan usaha kecil. Pengalaman di Amerika, misalnya menunjukkan bahwa perekonomian Negara ini terdiri dari usaha-usaha kecil. Bertahan dan kepesatan perkembangannya dinilai sebagai dampak kebijaksanaan yang selama ini diberikan, seperti pembatasan-pembatasan melalui undang-undang anti monopoli terhadap usaha-usaha besar. Selain itu, perlindungan pembinaan dan pengembangan baik melalui undang-undang maupun administrasi, terhadap usaha kecil dalam rangka memelihara kebebasan ekonomi terus dipacu. Kedua, adanya proses modernisasi di kalangan usaha kecil. Tersedianya modal, baik dari bank maupun tabungan yang dilakukan oleh calon pengusaha, semakin mendorong usaha kecil untuk dapat melakukan proses modernisasi hasilnya adalah apa yang kemudian disebut industri kecil modern. Ketiga, industri atau usaha kecil tidak harus bertentangan dengan industri besar, dimana usaha skala besar menyisihkan usaha skala kecil. Berbagai keunggulan pada usaha kecil, misalnya : lebih efisien, fleksibel dan inovatif, menjadikan jenis usaha kecil dapat mengungguli usaha besar. Di Negara-negara maju, usaha kecil memiliki kemampuan keluar dari berbagai macam tempaan. Sementara itu, timbul pemikiran untuk bias memanfaatkan usaha-usaha kecil, terutama dalam pasok bahan baku atau bahan antara, yang akan diproses oleh usaha-usaha besar. Dengan demikian pengembangan kemitraan di antara keduanya merupakan syarat mutlak bagi pemerataan pendapatan di negara-negara maju tersebut. Keempat, industri kecil terbukti mampu survive dalam guncangan krisis ekonomi. Krisis yang terjadi di Asia, khususnya di Indonesia, menjadi bukti kemampuan usaha kecil sebagai kekuatan industri kecil yang bertahan hidup, bahkan menunjukkan perkembangan. Beralihnya para korban PHK misal akibat krisis ke sector informal dan usaha kecil, telah membantu menyelamatkan kehidupan ekonomi masyarakat pada umumnya. Dan berbagai uraian di atas terlihat bahwa

dalam jangka panjang, usaha kecil lebih mampu berperan dalam perekonomian nasional.

Adapun beberapa potensi industri kecil yang sebagian besar masih dikelola secara sederhana sebagai elemen kekuatan dan potensi perekonomian nasional, dapat dijabarkan sebagai berikut: Pertama, jumlah industri kecil dalam perekonomian nasional terhitung sangat besar, baik sebagai produsen, distributor, maupun konsumen. Kedua, kegiatan produksi dan distribusi dalam industri kecil menampung sebagian besar angkatan kerja. Pada masa mendatang, tersedianya jumlah tenaga kerja ini diharapkan mampu menopang industri kecil mewujudkan produk unggulan. Hal ini tentunya tanpa mengabaikan prinsip pembuatan produk yang berdaya saing (*competitive advantage*) dengan peningkatan kualitas SDM yang memadai. Ketiga, produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar internasional. Kecuali menggunakan tenaga kerja yang murah, *local content* produk industri kecil cukup tinggi, sehingga tidak terlalu terpengaruh terhadap naik turunnya nilai dolar. Hal ini membuka peluang pasar barang-barang hasil industri kecil sebagai produk ekspor. Apabila jika ekonomi di negara-negara tujuan ekspor mengalami pertumbuhan yang cukup baik. Keempat, jarang terjadi perselisihan pekerja/friksi perburuhan, sehingga produksi tetap berjalan lancar. Karena tenaga kerja yang mereka unakan kebanyakan adalah keluarga, kerabat dekat, atau paling jauh tetangga dekat. Rasa saling pengertian antara pekerja dengan usaha juga mendukung perkembangan industri kecil. Kelima, karena sifatnya yang kecil, maka usaha rakyat relative tahan terhadap berbagai perubahan yang cepat. Kelenturan ini tidak dimiliki oleh usaha besar.

Dari uraian tentang permasalahan dan potensi di atas, terlihat adanya kesempatan dan peluang untuk mengembangkan industri kecil. Kemampuan membaca peluang pasar (*opportunity market*) dan penciptaan produk yang berdaya saing dengan melakukan diversifikasi produk yang ditunjang oleh motivasi usaha dan kemampuan usaha (kemampuan profesional pengelolaannya), sangat menentukan keberhasilan industri kecil. Untuk itu dalam penelitian ini perlu kami sampaikan perumusan masalah sebagai berikut: Seberapa besar motivasi usaha dan kemampuan usaha dalam mempengaruhi keberhasilan usaha industri kecil sepatu di Jawa Timur.

Analisisnya ditujukan untuk mendiskripsikan diantara bentuk motivasi usaha (motif, harapan dan insentif) tersebut mana yang lebih penting dalam meningkatkan kemampuan usaha (pengetahuan, sikap keterampilan dan kecerdasan emosional) pengusaha industri kecil sepatu. Juga ditujukan untuk

mendiskripsikan keberhasilan usaha industri kecil sepatu yang meliputi indikator; semakin meningkatnya efisiensi produksi yang menggambarkan keadaan besarnya biaya yang harus dikorbankan untuk menghasilkan produk. Semakin meningkatnya perluasan produksi, dengan kenaikan penambahan hasil lebih besar dari skala pabrik. Tingkat profitabilitas, dengan semakin meningkatnya penambahan keuntungan perusahaan. Dan kepercayaan publik, dengan semakin meningkatnya jumlah penjualan dan wilayah pemasaran.

Disamping itu penelitian ini juga menganalisis hubungan kausalitas antara variabel-variabel Independen motivasi usaha dan kemampuan usaha industri kecil terhadap keberhasilan usaha industri kecil sepatu di Jawa Timur.

Motivasi Usaha

Hasibuan (2000:85) 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 Siswanto (1989:244) 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 Robbins (2001:166) 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 As'ad (2003:45) motivasi kerja 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 melakukan suatu perbuatan guna mencapai tujuan organisasi.

Kemampuan Usaha

Kemampuan seseorang itu pada dasarnya merupakan hasil proses belajar, yang meliputi aspek-

aspek *knowledge* (pengetahuan), *attitude* (sikap) dan *skill* (ketrampilan) (Nadler, 1982; dan Thonhowi, 1991) atau *cognitive*, *attitude*, dan *psychomotor* (Gagne, 1992). Begitu juga dengan Grounland (1977) yang menyatakan bahwa hasil belajar (*learning outcomes*) yang meliputi tiga domain, yaitu: (a) *cognitive*, (b) *affective* dan (c) *psychomotor*, yang sering juga disebut dengan *taxonomy of education objectives*.

Kemampuan yang meliputi empat aspek tersebut *knowledge* (pengetahuan), *attitude* (sikap), *skill* (ketrampilan) dan *EQ* (kematangan emosional) akan mempengaruhi kinerja pengusaha kecil yang pada gilirannya akan mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud/tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan, image perusahaan, maupun lainnya. Pickle (1989) dalam penelitiannya yang dilakukan terhadap 97 manager perusahaan kecil, menghasilkan 5 karakteristik kepribadian yang menyumbangkan keberhasilan usaha kecil, yaitu: (1) *drive*, (2) *mental ability*, (3) *human relations ability*, (4) *communications ability*, dan (5) *technical knowledge*.

Menurut Luk (1996) berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas.

Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil hasil identifikasi penelitian Luk tersebut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha (pengetahuan, sikap dan keterampilan), pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seseorang pengusaha. Menurut Algifari (2003:118) keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis. Sedangkan Jane (1997:22) mengatakan bahwa penilaian tentang kemampuan dapat diukur dengan menggunakan beberapa dimensi yaitu efektivitas, efisiensi dan equitas/kewajaran harga.

Untuk selanjutnya berbagai aspek penentu keberhasilan usaha kecil hasil identifikasi Algifari, Jane Orpa dan Luk tersebut di adopsi sebagai acuan pembuatan instrumen penelitian variabel keberhasilan usaha yaitu; efisiensi produksi, perluasan produksi, profitabilitas dan kepercayaan publik.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian dimaksudkan untuk menggambarkan bagaimana keterkaitan antar variabel penelitian berdasarkan teori dan berbagai kajian para ahli sebelumnya. Model kerangka konseptual keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini dapat disajikan dalam gambar 1 berikut.



Gambar 1. Model Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh motivasi usaha yang meliputi motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha) dan insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha) terhadap kemampuan usaha pengusaha dan keberhasilan usaha industri kecil. Sesuai dengan tujuannya, maka penelitian ini dirancang sebagai suatu penelitian eksplanatori. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang bagaimana kemampuan usaha serta keberhasilan usaha dipengaruhi oleh motivasi

usaha yang meliputi motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha) dan insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha).

Sampel Penelitian

Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 unit usaha industri kecil sepatu sebagai sampel penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan sampel kumpulan (*stratified cluster sampling*) didasarkan pada daerah yang mempunyai potensi pengembangan industri (*sentra industri*) terdiri dari 4 wilayah Kab/Ko di Jawa Timur yaitu Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Mojokerto, Kota Mojokerto dan Kabupaten Sidoarjo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini digunakan analisis faktor dan regresi dengan model *Structural Equation Modelling*.

Hasil Konfirmatori Faktor Analisis dan Critical Ratio

Berdasarkan hasil pengujian model, maka didapatkan sebagai berikut:

Motivasi Usaha

Hasil *loading factor confrimatory* dan *Critical ratio* tentang motivasi usaha yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 1. *Regression weight (loading factor confrimatory) model motivasi usaha*

No.	Indikator	Standardized estimate (Loading Faktor) yang baik >0,4	Keterangan
1	X1 ← Motivasi Usaha	0.555	Baik
2	X2 ← Motivasi Usaha	0.838	Baik
3	X3 ← Motivasi Usaha	0.449	Baik

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 2. *Critical ratio indikator faktor motivasi usaha*

No	Indikator	Isti- mate	CR	Probability (P) syarat >1,96 <0,05	Keterangan
1	X1 ← Motivasi Usaha	1.215	5.779	0,000	Baik
2	X2 ← Motivasi Usaha	2.355	7.079	0,000	Baik
3	X3 ← Motivasi Usaha	1.000			Baik

Sumber: data primer yang diolah

Hasil pengujian yang disajikan pada tabel 1 menunjukkan bahwa jika dilihat dari bersarnya

loading faktor, bahwa lima dari ketiga indikator tersebut diatas 0,4 menurut Ferdinand (2000) nilai loading faktor yang diperkenankan masuk dalam model analisis adalah lebih besar dari 0,04. Ferdinand lebih lanjut mengatakan *sedangkan untuk critical ratio (CR) dipersyaratkan lebih besar dari 1,96 pada tingkat $\alpha = 0,05$ dan jika dilihat dari tabel 2 nilai CR nya memperlihatkan bahwa ketiga indikator signifikan dengan nilai CR : 1,96 dan jika dilihat Pada tingkat $\alpha = 5\%$. Ini dapat dilihat besarnya nilai probability (P) sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil uji diatas didapat bahwa ketiga indikator tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel motivasi usaha ketiga indikator tersebut yaitu:*

1. Motif (X1),
2. Harapan (X2)
3. Insentif (X3)

Dari ketiga indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel adalah harapan usaha, kemudian motif usaha dan yang paling akhir adalah insentif dari hasil usaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai nilai loading factor dari masing-masing indikator tersebut pada tabel.

Kemampuan Usaha

Hasil *loading factor confrimatory* dan *Critical ratio* tentang kemampuan usaha yang di teliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Regression weight (loading factor confrimatory) model kemampuan usaha

No.	Indikator	Standardized estimate (Loading Faktor) yang baik >0,4	Keterangan
1	Y11←Kemampuan Usaha	0.456	Baik
2	Y12← Kemampuan Usaha	0.710	Baik
3	Y13← Kemampuan Usaha	0.642	Baik
4	Y14← Kemampuan Usaha	0.704	Baik

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4. Critical ratio indikator faktor Kemampuan usaha

No	Indikator	Istimate	CR	Probability (P)
1	Y11← Kemampuan Usaha	0.572	5.378	0.000
2	Y12← Kemampuan Usaha	0.978	8.077	0.000
3	Y13← Kemampuan Usaha	0.838	7.404	0.000
4	Y14← Kemampuan Usaha	1.000		

Sumber: data primer yang di olah

Hasil pengujian yang di sajikan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa jika dilihat dari besarnya loading faktor, bahwa empat indikator tersebut diatas 0,4

menurut Ferdinand (2000) nilai loading faktor yang diperkenankan masuk dalam model analisis adalah lebih besar dari 0,04, Ferdinand lebih lanjut mengatakan untuk critical ratio (CR) dipersyaratkan lebih besar dari 1,96 pada tingkat $\alpha = 0,05$ dan jika dilihat dari tabel 4 nilai CR nya memperlihatkan bahwa keempat indikator signifikan dengan nilai CR 1,96 dan jika dilihat Pada tingkat $\alpha = 5\%$. Ini dapat dilihat besarnya nilai probability (P) 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil uji diatas didapat bahwa keempat indikator, semuanya dapat di gunakan sebagai pengukur dalam menjelaskan secara bersama-sama variabel laten kemampuan usaha yaitu:

1. Pengetahuan (Y11)
2. Sikap (Y12)
3. Keterampilan (Y13)
4. Kecerdasan emosional (Y14)

Keempat indikator tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel dan dari keempat indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel adalah sikap, kemudian kecerdasan emosional, diikuti keterampilan dan yang paling akhir adalah pengetahuan, hal ini dapat dilihat dari nilai loading faktor dari masing-masing indikator tersebut.

Keberhasilan Usaha

Hasil *loading factor confrimatory* dan *Critical ratio* tentang keberhasilan usaha yang di teliti adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Regression weight (loading factor confrimatory) model keberhasilan usaha

No.	Indikator	Standardized estimate (Loading Faktor)	Keterangan
1	Y21←Keberhasilan Usaha	0.801	Baik
2	Y22← Keberhasilan Usaha	0.437	Baik

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 6. Critical ratio indikator faktor Keberhasilan usaha

No	Indikator	Istimate	CR	Probability	Keterangan
1	Y21← Keberhasilan Usaha	1.000			Baik
2	Y22← Keberhasilan Usaha	0.448	0.078	0.000	Baik

Sumber: data primer yang di olah

Hasil pengujian yang di sajikan pada tabel 5 menunjukkan bahwa jika dilihat dari besarnya loading faktor, bahwa dua dari keempat indikator tersebut nilainya diatas 0,4 dan jika dilihat dari tabel 6 nilai CR nya memperlihatkan bahwa kedua indikator signifikan dengan nilai CR 1,96 dan jika dilihat pada tingkat $\alpha = 5\%$. Ini dapat dilihat besarnya nilai

probability (P) 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil uji diatas didapat bahwa hanya dua indikator, yang dapat di gunakan sebagai pengukur dalam menjelaskan variabel laten keberhasilan usaha yaitu:

1. Efisiensi Produksi (Y21)
2. Perluasan Produksi (Y22)

Kedua indikator tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel dan dari kedua indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel adalah efisiensi produksi dengan nilai loading factor sebesar 0,801 kemudian diikuti oleh indikator perluasan produksi dengan nilai loading factor sebesar 0,437.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil perhitungan yang dilakukan seperti yang disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Pengujian Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Kemampuan Usaha Industri Kecil

No	Variabel	Koefisien	S.E	C.R	Probability
1	Kemampuan Usaha ← Motivasi Usaha	0.380	0.176	2.156	0,031
2	Keberhasilan Usaha ← Motivasi Usaha	1.000	0.124	4.253	0.002
3	Keberhasilan Usaha ← Kemampuan Usaha	1.063	0.149	7.141	0.000

Sumber: data primer yang di olah

Dilihat dari tabel 7 diatas, signifikan dengan nilai critical ratio > 1,96 dan pada tingkat $\alpha = 0,05$ (Ferdinand, 2000). Maka ditemukan bahwa: 1). Motivasi usaha berpengaruh signifikan terhadap kemampuan usaha dengan nilai probability (P) = 0.004 lebih kecil dari 0,05 dan CR 2.870 lebih besar dari 1,96; 2). Kemampuan usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dengan nilai probability (P) = 0.05 dan CR -1,956 lebih kecil dari 1,96 dan 3). kemampuan usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai probability (P) = 0.000 lebih kecil dari 0,05 dan CR 7,141 lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kemampuan usaha lebih dominan mempengaruhi keberhasilan usaha dibandingkan dengan motivasi usaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisin jalurnya seeperti dalam tabel.

PEMBAHASAN

Dari temuan ini indikator-indikator yang dipakai dalam mengukur variabel dan mampu menjelaskan adalah sebagai berikut:

Variabel motivasi usaha dengan indikator: motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha) dan insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha). Ketiga indikator tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel motivasi usaha dan dari ketiga indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel usaha adalah harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha), kemudian motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), dan yang paling akhir adalah insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha).

Variabel kemampuan usaha dengan indikator : pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), keterampilan (*skill*) dan kematangan emosional (*emotional quetion*). Keempat indikator tersebut semuanya dapat di gunakan sebagai pengukur dalam menjelaskan variabel kemampuan usaha dari keempat indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel adalah sikap, kemudian kecerdasan emosional, diikuti keterampilan dan yang paling akhir adalah pengetahuan.

Variabel keberhasilan usaha dengan indikator: efisiensi produksi, perluasan produksi, profitabilitas dan kepercayaan publik. Dari keempat indikator tersebut hanya dua indikator yang dapat di gunakan sebagai pengukur dalam menjelaskan variabel keberhasilan usaha yaitu efisiensi produksi dan perluasan produksi. Kedua indikator tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel dan dari kedua indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel keberhasilan usaha adalah efisiensi produksi kemudian perluasan produksi.

Dilihat dari hubungan antara variabel motivasi usaha, kemampuan usaha dan keberhasilan usaha. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa motivasi usaha dengan indikator motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha) dan insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha) berpengaruh positif terhadap kemampuan usaha dan keberhasilan usaha. Sedangkan kemampuan usaha (melalui indikator pengetahuan, sikap, keterampilan dan kematangan emosional) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha Industri kecil (dengan indikator efisiensi produksin dan perluasan produksi).

Temuan penelitian tersebut memperlihatkan aspek motivasi usaha dan kemampuan usaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha industri kecil. Dalam kaitan aspek motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, temuan ini senada dengan Bufford (1988) yang menyatakan motivasi seseorang dedasarkan atas kekuatan

dorongan, keinginan, kehendak, dan kekuatan serupa yang disebut dengan kebutuhan. Karena beberapa kebutuhan seorang pengusaha industri kecil selaku manajer perusahaan berkaitan dengan tugas yang menjadi tanggungjawabnya di perusahaan adalah seperti kemampuan melakukan tugas pekerjaan (kemampuan usaha). Kebutuhan kemampuan melakukan tugas pekerjaan ini termasuk kelompok *motivation* faktor dalam teori kebutuhan dua faktor dari Herzberg, *self esteem needs* dalam teori kebutuhan Maslow, dan *growth need* dalam teori kebutuhan ERG dari Aldefer. Karena kebutuhan tersebut termasuk kelompok motivasi, maka apabila terpenuhi akan meningkatkan kemauannya.

Dalam kaitan pengaruh kemampuan usaha dengan indikator indikator pengetahuan, sikap, keterampilan dan kematangan emosional berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha Industri kecil temuan ini sejalan dengan Justis (1981) bahwa pengembangan sikap pada industri kecil akan lebih kuat dibanding perusahaan besar. Ini menunjukkan bahwa pada industri kecil betapa pentingnya aspek sikap pengusaha terhadap usahanya. Dalam kaitan ini lebih lanjut Justis menyatakan *the customer is always right, dan the employees will be friends*. Jadi sebagai pengusaha industri kecil harus memiliki sikap mementingkan langganan dibanding lainnya, serta menghargai karyawan sebagai sesama (bukan sebagai bawahan). Temuan ini mendukung hasil penelitian Lin (1998) bahwa keberhasilan usaha kecil dan menengah di Taiwan lebih ditentukan oleh sikap manusia terhadap usahanya dibanding sikapnya terhadap teknologi. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kemampuan usaha memiliki peranan yang penting didalam mempengaruhi keberhasilan usaha industri kecil. Hal ini sejalan dengan Steinhoff (1982) dan Pickle (1989) yang menyatakan salah satu persyaratan keberhasilan usaha kecil adalah karakteristik pribadi yaitu keinginan atau dorongan kuat untuk bertindak dan kemampuan bertindak. Karena semua ini pada dasarnya adalah kemampuan usaha. Begitu juga Beach (1980) yang menyatakan untuk mengoperasikan suatu organisasi, baik besar ataupun kecil, dipersyaratkan para karyawan yang kompeten. Karena dalam konsep karyawan, termasuk didalamnya adalah pengusaha industri kecil sebagai manajer perusahaannya.

Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Luk (1996) yang menemukan variabel penting penentu keberhasilan "*Small Business*" di Hongkong yaitu: kemauan untuk bekerja keras, kemauan keras dalam mencapai tujuan, keterampilan membuat keputusan yang baik, keterampilan hubungan pribadi yang baik, keterampilan analitik yang baik, yang

disebut *personal factors*; keterampilan mengelola produk yang baik dapat memotivasi tenaga kerja yang disebut *management factors*; kemauan mencapai target, dapat merespon perubahan pasar, dan keterampilan melayani langganan dengan baik, yang disebut *product and market, and company factors*. Semua faktor atau aspek dari temuan Luk tersebut pada dasarnya adalah indikator dari kemampuan usaha. Dengan memiliki kemampuan usaha yang memadai, pemahaman akan apa yang menjadi wewenang dan tanggungjawabnya, serta dibarengi adanya dorongan yang kuat dari dalam diri pengusaha industri kecil untuk melakukan kegiatan usahanya, mereka akan tekun dalam bekerja, bekerja keras, penuh inisiatif dan kreativitas serta bertanggungjawab dalam melakukan tugas dan kewenangannya. Dengan kondisi seperti ini akan cenderung meningkatkan kepuasan para konsumen yang pada gilirannya menuju kearah keberhasilan usahanya.

Dengan keadaan tersebut berarti variabel kemampuan usaha memiliki peranan yang penting terhadap keberhasilan usaha industri kecil, namun didalam mempengaruhi keberhasilan usaha tersebut harus berjalan bersama-sama dengan ketiga indikator lainnya itu. Seorang pengusaha yang memiliki ketrampilan usaha memadai sulit untuk bisa meningkatkan keberhasilan usaha perusahaannya, tanpa memiliki kemauan kuat dari dalam untuk melakukan aktivitasnya di perusahaan (sikap). Begitu juga pengusaha industri kecil yang memiliki kemauan tinggi, sulit untuk meningkatkan keberhasilan usaha perusahaannya tanpa memiliki ketrampilan dan pengetahuan untuk bekerja.

Dibalik temuan ini menunjukkan bahwa aspek motivasi usaha dan kemampuan usaha memiliki peranan yang penting didalam mempengaruhi keberhasilan usaha industri kecil sepatu di Jawa Timur.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dapat disimpulkan bahwa:

Pertama, dilihat dari kemampuan indikator dalam menjelaskan variabel, variabel motivasi usaha dengan indikator motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha) dan insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha). Ketiga indikator tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel motivasi usaha dan dari ketiga indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel usaha adalah harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya

tujuan usaha), kemudian motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), dan yang paling akhir adalah insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha). Variabel kemampuan usaha dengan indikator : pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), keterampilan (*skill*) dan kematangan emosional (*emotional quotion*). Keempat indikator tersebut semuanya dapat di gunakan sebagai pengukur dalam menjelaskan variabel kemampuan usaha dari keempat indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel adalah sikap, kemudian kecerdasan emosional, diikuti keterampilan dan yang paling akhir adalah pengetahuan. Variabel keberhasilan usaha dengan indikator: efisiensi produksi, perluasan produksi, profitabilitas dan kepercayaan publik. Dari keempat indikator tersebut hanya dua indikator yang dapat di gunakan sebagai pengukur dalam menjelaskan variabel keberhasilan usaha yaitu efisiensi produksi dan perluasan produksi. Kedua indikator tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel dan dari kedua indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan variabel keberhasilan usaha adalah efisiensi produksi kemudian perluasan produksi.

Kedua, dilihat dari hubungan antara variabel motivasi usaha, kemampuan usaha dan keberhasilan usaha. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa motivasi usaha dengan indikator motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha) dan insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha) berpengaruh positif terhadap kemampuan usaha dan keberhasilan usaha. Sedangkan kemampuan usaha (melalui indikator pengetahuan, sikap, keterampilan dan kematangan emosional) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha Industri kecil (dengan indikator efisiensi produksi dan perluasan produksi). Dalam pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha variabel kemampuan usaha lebih dominan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha dibandingkan dengan motivasi usaha. Untuk itu perlu meningkatkan keberhasilan usaha industri kecil melalui kemampuan usaha dengan lebih mendahulukan meningkatkan sikap, kecerdasan emosional, keterampilan dan pengetahuan para pengusaha industri kecil dalam melakukan usahanya dan juga motivasi usaha dengan lebih mendahulukan meningkatkan harapan, motifasi dan insentif.

14

DAFTAR PUSTAKA

Algifari, 2003. *Ekonomi Mikro Teori dan Kasus*, Edisi ke-1, cetakan pertama, Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.

As'ad, M., 1995, *Psikologi Industri*, Edisi Keempat, Penerbit: Liberty, Yogyakarta.

Beach, 1980, *Personnel, The Management of People at Work*. New York: McMillan Publishing Co. Inc.

Ferdinand, Agusty, 2000, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Gagne, R.M, Briggs, L.J., Wager, W.W, 1992. *Principles of Instructional Designn (4th ed)*. New York, Renerhart and Winston, Inc.

Hasibuhan Malayu, SP, 2000, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Jakarta, Bumi Aksara.

Jane, Orpha. 1997. *Metode Evaluasi Kinerja Saluran Pemasaran Usahawan Indonesia*, Jakarta No. 11/XXVI, Nopember.

Justis, R. T., 1981. *Managing Your Small Business*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc.

Lin, C. Y. Y., 1998. Success Faktors Of Small and Medium Sized Enterprises in Taiwan: An Analysis of Cases. *Journal of Small Business Management*, Vol. 36, October, pp. 43-56.

Luk, S. T. K., 1996. Succes in Hongkong: Faktors Self Reported by Successful Small Business Owners, *Journal of Business Management*, Vol. 34, July, pp. 68- 74.

Nadler, L., 1982. *Designing Training Programs: The Critical Events Model*. California: I Addison - Wesley Publishing Company, Inc.

Pickle, H.B. & Abrahamson, R.L., 1989. *Small Business Management*. Singsapore: John Wiley & Son (SEA) Pte. Ltd.

Robbins, S.R., 2001, *Perilaku Organisasi: Konsep Kontroversi Aplikasi*, Jilid Pertama, Alih Bahasa: Pearson Educations Asia Pte. Ltd. Dan PT. Prenhallindo, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.

Steinhoff, D., 1982. *Small Business Management Fundamentals*. New York: McGraw- Hill, Inc. Thonhowi, A. 1991. *Psikologi pendidikan*. Bandung: Penerbit Angkasa.

Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Udayana University

Student Paper

3%

2

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Student Paper

2%

3

Submitted to iGroup

Student Paper

2%

4

Submitted to Unika Soegijapranata

Student Paper

1%

5

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

1%

6

Submitted to Universitas Siliwangi

Student Paper

1%

7

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas
Indonesia

Student Paper

1%

8

Submitted to University of Warwick

Student Paper

1%

9	Submitted to University of Hull Student Paper	<1 %
10	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1 %
11	Submitted to CSU, Pomona Student Paper	<1 %
12	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1 %
13	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
15	Submitted to University of South Australia Student Paper	<1 %
16	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
17	Submitted to University of Worcester Student Paper	<1 %
18	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
19	Submitted to Kocaeli Üniversitesi Student Paper	<1 %

20	Submitted to Icon College of Technology and Management	<1 %
Student Paper		

21	Submitted to Trisakti University	<1 %
Student Paper		

22	Submitted to Universitas Diponegoro	<1 %
Student Paper		

23	Submitted to Universiti Teknologi Malaysia	<1 %
Student Paper		

24	Submitted to Massey University	<1 %
Student Paper		

25	Submitted to Universiti Kebangsaan Malaysia	<1 %
Student Paper		

26	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar	<1 %
Student Paper		

27	Submitted to Universiti Putra Malaysia	<1 %
Student Paper		

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off