PEWIRAUSAHA YANG MEMILIKI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN PADA KESUKSESAN INOVASI PRODUK DAN KINERJA BISNIS SEBAGAI PENOPANG KEMAJUAN BANGSA

Purgiantono[1] dan J Jamaaluddin[2]

1Program Studi Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Raya Gelam, Candi, Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia

2Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya 60111, Jawa Timur, Indonesia.

gianztono@gmail.com[1] dan jamaaluddin@umsida.ac.id[2]

Abstrak Tujuan penelitian ini adalah: (1) menguji pengaruh kompetensi kewirausahaan pada kinerja bisnis, (2) menguji pengaruh kompetensi kewirausahaan pada kesuksesan inovasi produk, dan (3) menguji pengaruh kesuksesan inovasi produk pada kinerja bisnis. Sampel penelitian ini adalah 270 Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) yang tersebar di Eks Karesidenan Surakarta (Karanganyar, Sragen, Sukoharjo, Klaten, Solo dan Boyolali). Analisis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Struktural Equation Modeling (SEM). Untuk mengolah data menggunakan Amos versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kesuksesan inovasi produk, (2) kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja bisnis, dan (3) kesuksesan inovasi produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada kinerja bisnis. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh. Bisnis sebaiknya memiliki nilai dan bermanfaat dimana hal ini bisa dilakukan melalui penerapan konsep kewirausahaan sosial. Berbagai kalangan mulai memperbincangkan konsep kewirausahaan sosial sebagai solusi inovatif dalam menyelesaikan permasalahan sosial.Tujuan kewirausahaan sosial adalah terwujudnya perubahan sosial ke arah yang lebih baik atau positif dan memecahkan masalah sosial untuk kepentingan masyarakat

PENDAHULUAN

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) mengalami perkembangan yang pesat. Pada tahun 2015, jumlah UMKM di Indonesia berkisar 3,67 juta UMKM (diolah dari BPS, 2016). Perkembangan ini disebabkan karena iklim usaha yang mulai membaik. Kebijakan yang diberikan pemerintahan mulai berpihak

pada pelaku UMKM akan mampu meningkatkan kesuksesan UMKM tersebut (Lee, Ahn, & Han, 2006; Mouriuchi & Takahashi, 2016). UMKM yang berkembang akan memperbanyak aktivitas kewirausahaan di indonesia. Salah satu yang menginspirasi pertumbuhan ekonomi di negara berkembang adalah aktivitas ekonomi.[1]

Kompetensi menjadi salah satu faktor penting yang menjadi daya saing yang dimiliki oleh UMKM. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, para pengusaha dibutuhkan untuk menjadi baik kompeten di bidang yang berbeda seperti sikap, intelektual, perilaku dan manajerial sejak proses bisnis dianggap sangat penting.

Seorang wirausaha akan memper timbangkan apakah keterampilan, kemampuan, atau pengetahuan dapat diintegrasikan dengan nilai-nilai tertentu dan sikap terhadap kompetensi dalam melaksanakan peran pekerjaan.[1] Wirausaha yang sukses di dalam pekerjaan yang dilakukannya akan berakibat pada suksesnya bisnis yang dia jalankan. Kesuksesan bisnis akan berdampak pada kemakmuran baik wirausaha, karyawan, ataupun orang-orang di sekeliling usaha tersebut.

KAJIAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan didefinisikan sebagai karakteristik yang mendasari seperti pengetahuan khusus, motif, sifat, gambar diri, peran sosial dan keterampilan yang menghasilkan kelahiran usaha, kelangsungan hidup dan / atau pertumbuhan. Man et al. (2002) didefinisikan kompetensi kewirausahaan sebagai kemampuan total pengusaha untuk melakukan peran pekerjaan berhasil. Ada konsensus umum bahwa kompetensi kewirausahaan dilakukan oleh individu, yang memulai dan mengubah bisnis mere ka. Johnson dan Winterton (1999) mengamati bahwa berbagai keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk menjalankan sebuah perusahaan kecil secara kualitatif maupun kuantitatif berbeda dari yang diperlukan dalam organisasi yang lebih besar. Hal ini setidaknya sebagian karena; dalam konteks kewirausahaan fokusnya adalah pada individu.[1]

Berbagai penelitian menunjukkan keberagaman kompetensi kewirausahaan. Huck and McEwen (1991) menemukan jenis kompetensi kewirausaan pada wirausa-wirausaha di Jamaika. Kompetensi yang dimiliki oleh pengusaha jamaika antara lain adalah perencanaan dan penganggaran serta kompetensi di bidang pemasaran. Chandler (1992) melihat kompetensi kewirausahaan dalam bentuk kemampuan mengudentifikasi dan memprediksi peluang. Man and Lau (2005) melihat kompetensi wirausaha di Hongkong disimpulkan dalam beberapa kompetensi,seperti kompetensi melihat peluang, mengorganisasikan, menjalin hubungan, membuat komitmen, dan membuat konseptual dengan baik. Wichramaratne et al. (2014) menyimpulkan bahwa kompetensi kewirausaan ada 5 jenis, yaitu kompetensi melihat peluang, kompetensi mengorganisasi, kompetensi membuat strategi, kompetensi menjalin hubungan, dan kompetensi membuat komitmen.[1]

Kinerja Bisnis

Kinerja merupakan salah satu ukuran tingkat kesuksesan di dalam mencapai sasaran perusahaan (Ardyan, 2016). UKM yang berkinerja baik dapat diindikasikan dari pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan pasar, ROI, dan peningkatan laba (Bakar, Sulaiman, & Osman, 2014; Carey, 2015; Omerzel & Antoncic, 2008). Ada juga yang melihat kinerja bisnis diukur dari pangsa pasar, prosentase, penjualan produk baru pada total penjualan

(Tajeddini, Trueman, & Gretchen, 2006). Voola, Casimir, Carlson, and Agnihotri (2012) dan Cambra-Fierro, Hart, Mur, and Redondo (2011) memasukkan loyalitas sebagai ukuran kinerja sedangkan Jaworski and Kohli (1993) memasukkan komitment organisasi sebagai ukuran kinerja.[1]

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan

Pada Kinerja Bisnis Studi dari kesuksesan bisnis di UKM secara umum dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok besar (Ahmad, Ramayah, Wilson, & Kummerow, 2010). Pertama menyoroti peran faktor eksternal dalam menentukan keberhasilan, sedangkan yang kedua menekankan aspek internal UKM, khususnya, variabel organisasi dan karakteristik pengusaha. Pada faktor internal, keterampilan manajerial dan pe rencanaan membuat bisnis menjadi sukses (Fang, Qureshi, McCole, & Ramsey, 2008). Covin and Slevin (1991) menjelaskan bahwa komptensi yang dimiliki sumber daya suatu bisnis akan mam pu meningkatkan kesuksesan sebuah bisnis. Kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh wirausaha akan mampu meningkatkan ke suksesan usaha yang dibangun.[1]

Pengaruh Kesuksesan Inovasi Produk Pada Kinerja Bisnis

Salah satu tujuan melakukan inovasi adalah agar bisnis sukses (Christian, 1963). Kompetensi pengetahuan tentang pasar merupakan salah atu kompetensi yang mampu meningkatkan keunggulan produk baru (Li & Calantone, 1998). Seorang wirausaha harus memiliki kompetensi dalam memperoleh informasi pasar. Efektifitas dari informasi pasar inilah yang akan membuat tingkat kesuksesan produk baru akan meningkat (Hart, Tzokas, & Saren, 1999). Boer and During (2001) melihat bahwa ada beberapa kunci aktivitas-aktivitas di dalam manajemen inovasi, antara lain formulasi sasaran, mendesain dan mengorganisasikan proses, mengubah sasaran dan lain lainnya.Apabila kira mampu melakukan aktivitas-aktivitas tersebut maka tingkat inovasi di dalam perusahaan akan meningkat. Kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi akan sangat berpengaruh pada kinerja (Calantone, Cavusgil, & Zahao, 2002; Koellinger, 2008). Peneliti lainnya menjelaskan bahwa inovasi sangat berpengaruh pada kinerja (Ardyan, 2016; Ardyan, Rahmawan, & Isstianto, 2015; Jenny, 2005; Liao, Wang, Chuang, Shih, & Liu, 2010; McDermott & Prajogo, 2012; Vaccaro, Parente, & Veloso, 2010). Dari penjelasan tersebut, diusulkan hipotesis sebagai berikut: H3: Kesuksesan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja bisnis.

Kemampuan Manajemen

Walaupun para peneliti memiliki pemikiran yang berbeda di dalam menetapkan berbagai atribut dari efektivitas managerial, tetapi pada dasarnya terdapat 3 komponen penting, yaitu perilaku yang sesuai, motivasi dan kemampuan (skill) (Latif, 2002). Pada penelitian ini lebih dikhususkan pada kemampuan manajemen. Dalam penelitian ini kemampuan manajemen diukur dengan menggunakan 10 indikator, yang digunakan dalam penelitian Latif (2002:379), yaitu:

1. Komunikasi verbal (verbal communication)
2. Mengatur waktu dan tekanan (managing time and stress)
3. Mengatur keputusan individu (managing individual decisions)
4. Mengenali, menetapkan dan memecahkan permasalahan (recognizing, defining, and solving problems)
5. Memotivasi dan mempengaruhi orang lain (motivating and influencing others)
6. Pendelegasian (delegating)

7. Menentukan tujuan dan mengartikulasikan visi (setting goals and articulating a vision)
8. Kesadaran diri (self-awareness)
9. Membangun tim (team building)
10. Mengatur konflik (managing conflict)

Setiap usaha atau perusahan baik kecil atau berskala besar dalam pengelolaannya untuk mencapai hasil yang efektif dan efisien penerapan prinsipprinsip manajemen rsangat diperlukan, peranan pimpinan atau pemilik usaha untuk memahami dan mampu menjalankan fungsi-fungsi utama manajemen menjadi hal yang utama bagi keberhasilan usaha dimasa mendatang.[2]

Strategi bisnis

Para ahli perencana strategi percaya bahwa filosofi umum yang menggambarkan bisnis atau usaha perusahaan tercermin pada missi yang harus dapat diterjemahkan pada pernyataan dalam strategi bisnis yang ditetapkan. Perencanaan strategi bahwa strategi jangka panjang diturunkan dari usaha perusahaan untuk mencari dasar keunggulan bersaing dari strategi generi (Pearch II dan Robinson, 2007) yaitu:

1. Mengejar untuk mencapai biaya rendah (overall Cost Leadership) dalam industri. Untuk pengendalian biaya dalam overal cost leadership dilakukan efesiensi biaya yang dapat diperoleh dari memiliki karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya everhead, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, service, wiraniaga, periklanan dan lain sebagainya.
2. Mengejar untuk mencaiptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi (differentiation). Differensiasi dapat dilakukan melalui dimensi citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, karakteristik khusus, service pada pelanggan dan punya distribusi yang lebih baik. Keunggulan dalam menggunakan differensiasi selain laba di atas rata-rata adalah kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk differensiasi menciptakan hambatan masuk yang tinggi dan posisi terhadap produk pengganti juga tinggi.
3. Mengejar untuk melayani permintaan khusus pada satu atau beberapa kelompok konsumen atau industri. Memfokuskan (focusting) pada biaya atau diferensiasi.

Strategi focus didasarkan pada usaha memenuhi kebutuhan khususnya dari pelanggan, dengan lini produk yang sedikit. Semua itu untuk menghindar dari produk konsumen yang rawan terhadap perang iklan dan introduksi produk baru yang pesat. Ketiga strategi bisnis di atas disebut juga dengan strategi generik yang dikembangkan oleh Porter (1980) yang digunakan untuk menghadapi 5 (lima) kekuatan yang mempengaruhi industri.[2]

Memunculkan Ide Kreatif dengan Out of The Box Thinking

Janganlah berpikir yang terlalu banyak dipikirkan oleh orang lain. Janganlah berpikir tentang sesuatu yang sudah banyak dilakukan oleh orang lain atau diproduksi oleh orang lain. Dalam proses menemukan ide bisnis yang kreatif, kita disarankan untuk berpikir di luar kotak (out of the box thinking). Prinsipnya adalah pikirkan hal yang belum pernah dipikirkan oleh orang lain! Jika Anda mampu melakukannya pada setiap tahap dan sumber inspirasi ide bisnis di atas, maka akan mudah menemukan ide bisnis kreatif yang bisa diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.[3]

PEMBAHASAN

Kompetensi yang spesifik merupakan bagian penting yang harus dimiliki oleh sumber daya manusia di dalam bisnis. Kompetensi yang spesifik dan unik akan mampu menjadi daya saing bisnis. Di dalam penelitian ini menemukan bahwa kompetensi kewira usahaan mampu berpengaruh positif dan signifikan baik pada kesuksesan inovasi produk ataupun kinerja bisnis. Di dalam penelitian ini, kom petensi kewirausahaan difokuskan pada 3 indikator, yaitu mampu mengidentifikasi peluang, mudah untuk menjalin hubungan/jejaring, dan mampu berpikir inovasi. Pertama, mengidentifikasi peluang. Seorang wirausaha yang mampu mengidentifikasi peluang di pasar akan mengakibatkan wirausaha tersebut mampu menyerap dan memahami segala informasi, pengetahuan dan peluang-peluang untuk membuat produk yang dibutuhkan oleh pasar. Pemahaman tentang peluang inilah yang akan membuat wirausaha mampu mengembangkan produk nya agar lebih inovatif dan diterima di pasar. Kedua, mudah untuk menjalin hubungan/jejaring. Membangun jejaring ataupun menjalin hubungan baik dengan konsumen, mitra bisnis, atau pesaing membuat wirausaha membangun co creation. Co creation inilah yang akan membuat UMKM mampu menghasilkan produk-produk inovatif dan baru di pasar. Ketiga, mampu berpikir inovasi. Kemampuan untuk berpikir inovasi akan membuat wirausaha mampu membuat ide-ide kreatif dan inovatif. Wirausaha harus mampu membuat ide kreatif menjadi produk kreatif.

KESIMPULAN

1. Dengan tingginya orientasi kewirausahaan yang dimiliki akan lebih mudah untuk meningkatkan kemampuan manajemen Industri Kecil Menengah. Orientasi kewirausahaan dapat dilaihat melalui: keinginan untuk mencapai tujuan (need for achievement), Keyakinan bahwa keberhasilan itu adalah karena usaha dari diri sendiri (internal locus of control), rasa percaya diri (self reliance), dan keterbukaan (extroversion). Sedangkan kemampuan manajemen Industri Kecil Menengah terwujud dalam: kemampuan berkomunikasi, kemampuan untuk tepat waktu, kemampuan untuk mengambil keputusan, kemampuan untuk mengenali, menentukan dan memecahkan masalah, kemampuan memotivasi karyawan, kemampuan mendelegasikan pekerjaan, kemampuan menetapkan tujuan dan mengartikan visi, kemampuan memperhatikan lingkungan, kemampuan membuat team kerja, dan kemampuan menyelasaikan konflik.
2. Kemampuan manajemen yang cukup akan menentukan keberhasilan kinerja Industri Kecil Menengah. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa peningkatan penjualan (sales growth) peningkatan asset dan peningkatan profit dipengaruhi pula oleh tingginya kemampuan manajemen baik dalam hal komunikasi, pengaturan waktu sehingga bisa tepat waktu dalam menyerahkan pesanan, pengambilan keputusan yang tepat, mengenali dan menyelesaikan masalah, memotivasi karyawan, merencanakan strategi bisnis, menganalisis lingkungan, membentuk tim kerja dan mengatasi konflik pada Industri Kecil Menengah.

DAFTAR PUSTAKA

[1] E. Equilibrium, "鈴木里砂1） 中村直人1） 高橋佑香1） 瀧沙也加1） 田中香織1） 山下聖帝1） 清水祐樹1） 栗田実奈1）," vol. 1, no. 1, pp. 5–9, 1995, doi: 10.13799/j.cnki.mdjyxyxb.2015.03.003.

[2] I. Kecil, M. Bordir, F. Ekonomi, and U. Widyagama, "Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur)," *J. Manaj. dan Wirausaha*, vol. 11, no. 1, pp. 46–58, 2009, doi: 10.9744/jmk.11.1.pp.46-58.

[3] K. Pengantar, "jadi satu-BUKU_KEWIRAUSAHAAN_JAMAALUDDIN."

Content from this work may be used under the terms of the Creative Commons Attribution 3.0 licence. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI.
Published under licence by IOP Publishing Ltd