

## ***Entrepreneurial Leadership* dan Hubungannya dengan Kinerja Bisnis pada Usaha Mikro Kecil di Wilayah Jawa Timur**

Yohan Hadi Wijaya dan Dhyah Harjanti

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

*E-mail*: yohan\_09070@yahoo.com

**Abstrak** - Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan *entrepreneurial leadership*, mendeskripsikan kinerja bisnis, serta menggambarkan hubungan *entrepreneurial leadership* dengan kinerja bisnis pada UMK (Usaha Mikro Kecil) di Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMK di Jawa Timur. Teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan antara *entrepreneurial leadership* dengan kinerja bisnis pada usaha mikro dan kecil di wilayah Jawa Timur. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan hasil nilai *mean* dari variabel *entrepreneurial leadership* sebesar 3,88 yang memiliki arti kategori baik. Variabel kinerja bisnis memiliki hasil baik, hal ini dapat dilihat dari dimensi kinerja pemasaran dengan indikator penentuan target pelanggan, produk di pasar, pemberian diskon, jangkauan wilayah distribusi, dan indikator dimensi kinerja sumber daya manusia meliputi pekerja tidak tetap dan besaran upah per bulan.

**Kata kunci** : *entrepreneurial leadership*, kinerja bisnis, UMK (Usaha Mikro Kecil)

### I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus diakui sebagai kekuatan strategis dan penting untuk mempercepat pembangunan daerah. Setiap tahun mengalami peningkatan, dimana jumlah UMKM di Indonesia memberikan kontribusi terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan penyerapan tenaga kerja, dengan demikian tidak boleh mengabaikan keberadaan UMKM yang strategis baik secara nasional maupun di daerah. Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif bagi perkembangan UMKM dalam mempercepat pembangunan daerah.

Unsur lingkungan bisnis dengan iklim kondusif yang perlu menjadi perhatian, meliputi ketersediaan modal, infrastruktur dan fasilitasnya, ketersediaan tenaga terampil, layanan pendidikan dan pelatihan, jaringan pengetahuan, ketersediaan layanan bisnis, lembaga lingkungan pendukung pembangunan daerah, dan kualitas pengelolaan sektor publik. Berangkat dari masalah tersebut maka dibutuhkannya *entrepreneurial leader* yang dapat mengelola lingkungan bisnis dengan iklim kondusif tersebut menjadi sebuah usaha yang dapat menggerakkan roda perekonomian. *Entrepreneurial leader* mempunyai sikap proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko, yang diharapkan dapat membawa suatu kesuksesan bagi para pelaku UMKM di wilayah Jawa Timur.

*Entrepreneurial leadership* adalah lebih sebagai pengusaha yang bisa menciptakan perubahan daripada bertransaksi dengan perusahaan lain, karena dengan adanya perubahan akan menjadikan perusahaan lebih berkembang dan berjalan mengikuti *trend* pasar yang berlaku (Thornberry, 2006, p.24). Menurut Fernald *et al.*

(2005), ada 8 karakteristik dari *entrepreneurial leadership*, yaitu *able to motivate, achievement orientated, creative, flexible, patient, persistent, risk taker, visionary* (dalam, Jones, Crompton, 2009, p. 331). Sedangkan menurut Chen, (2007, dalam Kansikas, Laakkonen, Sarpo, Kontinen, 2012, p.143) ada tiga atribut *entrepreneurial leadership* yaitu: *inovativeness, risk taking, dan proactiveness*.

Variabel *entrepreneurial leadership* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tujuh dimensi, yaitu: *able to motivate, achievement orientated, persistent, visionary, inovativeness, risk taking, dan proactiveness*, yang masing-masing dijabarkan menjadi 25 indikator.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *entrepreneurial leadership* dan kaitannya terhadap kinerja bisnis di wilayah Jawa Timur. Kinerja bisnis dapat dilihat menggunakan *Balance Scorecard*. Pada dasarnya terdapat empat macam kinerja bisnis yang dapat diukur dalam *Balance Scorecard* (Kaplan dan Norton, 2006, p.39), yaitu: kinerja keuangan, kinerja operasional, kinerja pemasaran, kinerja sumber daya manusia. Dalam penelitian ini akan dilihat dari dua dimensi kinerja bisnis, yaitu: kinerja pemasaran dan kinerja sumber daya manusia, tanpa melihat kinerja keuangan dan kinerja operasional. Kedua dimensi tersebut tidak dilihat karena dalam penelitian ini memiliki objek usaha berskala mikro dan kecil, sehingga tidak memungkinkan untuk melihat dari dimensi keuangan dan dimensi operasionalnya, dengan demikian dalam penelitian ini menggunakan kinerja pemasaran dan kinerja sumber daya manusia.

Kinerja pemasaran diteliti dengan menggunakan indikator penentuan, klasifikasi produk di pasar, penetapan harga, pemberian diskon, cara melakukan promosi, pendistribusian dan jangkauan wilayah distribusi. Sedangkan kinerja sumber daya manusia akan dijabarkan menjadi indikator jumlah karyawan tetap, jumlah karyawan tidak tetap, dan besaran upah per bulan.

### II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Riset deskriptif (*descriptive research*) biasanya berkaitan dengan penentuan frekuensi terjadinya sesuatu atau hubungan antara dua variabel (Churchill, 2005, p.129). Penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya atau ilmu dan seni yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisa data, dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam (Kurniawan, 2012, p.21).

Populasi ialah kumpulan yang lengkap dari elemen-elemen yang sejenis akan tetapi dapat dibedakan karena karakteristiknya (Supranto, 2000, p.8). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini

adalah pemilik usaha mikro dan kecil di wilayah Jawa Timur. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2011, p.62). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 141 pemilik usaha mikro dan kecil di wilayah Jawa Timur.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *convenience sampling*. Metode dan prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Kuisioner yaitu metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket (Sunyoto, 2012, p.24). Kuisioner dapat dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Kurniawan, 2012, p.26).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, kemudian diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya (Kurniawan, 2012, p.19). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan cross-tabulation. Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2011, p.29). Statistik deskriptif dalam penelitian ini terdiri dari *mean*, standar deviasi dan distribusi frekuensi. Tabulasi silang adalah teknik statistik yang menjelaskan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan menyajikan hasilnya dalam tabel yang mencerminkan distribusi bersama dari dua atau lebih variabel yang memiliki jumlah kategori terbatas atau nilai yang berbeda (Malhotra, 2010, p. 493). Tabulasi silang dalam penelitian ini menghasilkan tabel-tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dua atau lebih variabel dengan jumlah dimensi atau indikator yang terbatas, sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai hubungan yang terjadi di antara dua variabel tersebut.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian ini sebanyak 141 pemilik UMK yang berlokasi di wilayah Jawa Timur. Gambaran umum tentang responden dalam penelitian ini adalah: responden didominasi jenis kelamin pria, kelompok usia responden dominan berada pada kategori antara 26-35 tahun, responden memiliki jenjang pendidikan pada perguruan tinggi, memiliki status perkawinan telah kawin, telah memiliki anak, kerabat dekat/famili yang pernah memiliki usaha kebanyakan didominasi oleh ayah kandung, memiliki pengalaman bekerja sesuai dengan bidang yang digeluti saat ini, rata-rata jumlah jam kerja lebih dari 36 jam dalam seminggu, dan memiliki ketrampilan/keahlian pada bidang kerja yang sesuai dengan bidang usaha.

Penelitian ini menggunakan uji korelasi *bivariate pearson* yang menyatakan suatu indikator dinyatakan valid jika nilai  $\text{sig} < \alpha = 0,05$ . Terdapat 25 indikator pada uji validitas yang mewakili variabel *entrepreneurial leadership*. Hasil yang diperoleh dari uji validitas dari 25 indikator memiliki nilai *pearson correlation* sebesar 0,00, dengan demikian 25 indikator dapat dinyatakan valid. Selanjutnya dilakukan uji reabilitas terhadap indikator dari variabel *entrepreneurial leadership* sebanyak 25 item. Sebanyak 25 indikator dalam penelitian ini dapat dinyatakan data realibel, karena hasil pengolahan menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha*  $> 0,8$ .

Analisa yang dilakukan selanjutnya adalah mendeskripsikan dimensi dari variabel *entrepreneurial leadership* pemilik usaha mikro dan kecil di Jawa Timur. Dimensi dari variabel *entrepreneurial leadership* sebanyak 7 dimensi, meliputi: *able to motivate*, *visionary*, *proactive*, *inovativeness*, *risk taking*, *achievement oriented*, dan *persistence*.

Hasil analisa untuk mendeskripsikan dimensi dari variabel *entrepreneurial leadership* dapat dijabarkan dengan menunjukkan skor tertinggi berdasarkan perolehan pengolahan indikator meliputi: dimensi *able to motivate* dengan indikator dapat mengarahkan orang lain untuk bekerja dengan tepat memiliki skor sebesar 4,02, dimensi *visionary* dengan indikator mampu menceritakan kepada orang lain tentang bisnis atau usaha yang digelutinya memiliki skor sebesar 4,04, dimensi *proactive* dengan indikator melakukan tindak lanjut dari setiap eksekusi peluang bisnis yang ada memiliki skor sebesar 3,77, dimensi *inovativeness* dengan indikator mendorong orang lain untuk kreatif dalam menciptakan produk atau proses bisnis yang baru memiliki skor sebesar 3,70, dimensi *risk taking* dengan indikator bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian dalam aspek sosial kehidupan, seperti jauh dari keluarga atau kerabat dalam bekerja dan bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian materi, seperti bangunan, mesin, kendaraan dalam bekerja memiliki skor sebesar 3,95, dimensi *achievement oriented* dengan indikator mau untuk mengganti rencana yang telah direncanakan apabila ada masukan yang lebih baik dan memberikan perhatian yang lebih dalam bisnis atau usaha yang digeluti memiliki skor sebesar 4,01, dimensi *persistence* dengan indikator terus bertahan pada pekerjaannya meski penuh tantangan memiliki skor sebesar 4,12, dari perolehan skor setiap indikator yang diolah dapat dikategorikan baik.

Analisa selanjutnya yaitu mendeskripsikan kinerja bisnis responden, meliputi kinerja pemasaran dan kinerja sumber daya manusia. Pada kinerja pemasaran dilakukan pembahasan dengan membandingkan 7 dimensi antara awal berdiri dengan saat ini. Ketujuh dimensi kinerja pemasaran yang akan dibahas, meliputi penentuan target pelanggan, klasifikasi produk di pasar, penetapan harga, pemberian diskon saat-saat tertentu, cara melakukan promosi, pendistribusian, dan jangkauan wilayah distribusi. Dimensi kinerja sumber daya manusia dijabarkan dengan indikator meliputi: jumlah karyawan tetap, jumlah karyawan tidak tetap, dan besaran upah per bulan.

Hasil analisa menunjukkan terjadi peningkatan hasil dari pengolahan indikator dimensi kinerja pemasaran dan dimensi kinerja sumber daya manusia. Peningkatan hasil baik dari dimensi kinerja pemasaran ditunjukkan dengan indikator meliputi: penentuan target pelanggan, klasifikasi produk di pasar, pemberian diskon dan jangkauan wilayah distribusi. Peningkatan dimensi kinerja sumber daya manusia ditunjukkan dengan indikator yang meliputi: jumlah pekerja tidak tetap dan besaran upah per bulan.

Pada analisa yang telah dibahas mengenai responden hampir keseluruhan dapat disimpulkan memiliki setiap variabel *entrepreneurial leadership*, karena hasil dari perolehan nilai yang muncul pada analisa data menunjukkan nilai dengan kategori baik. Analisa pada dimensi variabel kinerja bisnis masih kurang mengalami perkembangan secara keseluruhan, karena hasil analisa yang didapat dari data awal berdiri sampai saat ini menunjukkan masih terdapat penurunan dalam hasil tergolong tidak baik.

Analisa tabulasi silang hubungan variabel *entrepreneurial leadership* dengan variabel kinerja bisnis diperoleh dari beberapa indikator yang memiliki nilai *mean* yang tertinggi dari setiap dimensi,

yang meliputi: *able to motivate, visionary, proactive, inovativeness, risk taking, achievement oriented*, dan *persistence* untuk dihubungkan dengan variabel kinerja bisnis yang terdiri dari dimensi kinerja pemasaran dan dimensi kinerja sumber daya manusia. Variabel *entrepreneurial leadership* dan variabel kinerja bisnis tidak semua dapat dilihat hubungannya, karena kedua variabel tidak memiliki hubungan di antara indikator. Hubungan antara indikator tidak dapat dilihat sebab dipengaruhi usaha dalam penelitian ini tergolong mikro dan kecil, sehingga dalam menjalankan usaha tersebut masih belum dapat memiliki kesesuaian antara indikator satu sama lainnya.

#### IV. KESIMPULAN

Dari hasil analisa dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memiliki setiap variabel *entrepreneurial leadership*, karena hasil dari perolehan nilai yang muncul pada analisa data menunjukkan nilai dengan kategori baik. Dari hasil analisa data dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan kinerja bisnis pada saat ini dibandingkan pada awal berdirinya. Peningkatan terbesar terjadi pada indikator penentuan target pelanggan dari awal berdiri ke saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha mikro dan kecil di wilayah Jawa Timur mampu menetapkan sasaran pelanggan dengan tepat sehingga dapat mengklasifikasikan produk sesuai kebutuhan pasar, dengan demikian terjadi peningkatan kinerja bisnis pemilik usaha mikro dan kecil di wilayah Jawa Timur. Peningkatan ini diiringi juga pada besaran pemberian upah pekerja per bulan yang telah sesuai dengan UMK, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pemilik usaha memberikan motivasi bagi para pekerja dengan demikian terjadi peningkatan kinerja bisnis dari dimensi sumber daya manusia. Pada analisa dibahas mengenai responden yang hampir keseluruhan dapat disimpulkan.

Variabel *entrepreneurial leadership* memiliki hubungan dengan variabel kinerja bisnis, meskipun tidak pada semua indikator. Hal ini disebabkan objek penelitian ini masih tergolong dalam skala mikro dan kecil, dengan demikian penerapan pada setiap indikator tidak berjalan dengan baik, sehingga hubungan diantara indikator-indikator tidak dapat ditunjukkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Churchill, Gilbert A. Jr. (2005). *Basic Marketing Research, Fourth Edition*. Jakarta: Erlangga
- Goleman, Daniel, Richard Boyatzis, dan Annie McKee. (2002) *Primal Leadership: Kepemimpinan Berdasarkan Kecerdasan Emosi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jones, Oswald. Helen, Crompton (2009). "Enterprise logic and small firms: a model of authentic entrepreneurial leadership", *Journal of Strategy and Management*, Vol. 2 No. 4, pp. 329-351.
- Kansikas, Juha, Anne, Lakkonen, Ville, Sarpo, and Tanja, Kontinen (2012). "Entrepreneurial Leadership and familiness as resousces for stategic entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 18 No. 2, pp. 141-158.
- Kaplan, R. S, David P. N. (2006). *Alignment*. USA : Harvard Business School Press.

- Kurniawan, Benny. (2012). *Metodologi Penelitian*. Tangerang: Jelajah Nusa
- Longenecker, J. G., Carlos W. Moore, dan J. William P. (2001) *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N.K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation 6th ed*. New York: Prentice Hall.
- Santoso, S. (2001). *Aplikasi Excel dalam Statistik Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 165
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Statistika untuk Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. M.A. (2000). *Teknik Sampling Untuk Survey dan Eksperimen*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Thornberry, N. (2006). *Lead like an entrepreneur*. United States of America: The McGraw-Hill Companies, Inc.