

ANALISA PENGARUH ANTARA *ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP* DAN *PRODUCT INNOVATION* PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI JAWA TIMUR

Febrika Kusmintarwanto

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: whit3_shaman@yahoo.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan *entrepreneurial leadership* terhadap pemilik UMK pada sektor makanan dan minuman di Jawa Timur serta mengetahui pengaruh antara *entrepreneurial leadership* dan *product innovation* dengan menggunakan analisa statistik deskriptif dan regresi linier. Hasil-hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik bisnis memiliki *entrepreneurial leadership* yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik bisnis memiliki *product innovation* yang sedang. Pada setiap variabel *entrepreneurial leadership*, nilai tertinggi terdapat pada dimensi *achievement oriented*, sedangkan *innovativeness* adalah dimensi yang paling rendah. Pada variabel *product innovation*, nilai tertinggi terdapat pada dimensi *incremental innovation*, sedangkan *radical innovation* adalah dimensi yang paling rendah. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel *product innovation* dipengaruhi oleh *entrepreneurial leadership*.

Kata Kunci—*entrepreneurial leadership*, *product innovation*, usaha mikro dan kecil.

I. PENDAHULUAN

Usaha kecil memiliki peran yang tidak kalah penting dalam mendukung perekonomian suatu negara. Di Indonesia sendiri, menurut sensus ekonomi 2006 yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa di luar sektor pertanian terdapat 22,7 juta unit usaha di negeri ini.

Menurut Depkop (2012) menyebutkan, jumlah unit usaha UMK selama tahun 2011 berkembang sangat pesat dibanding dengan tahun 2010. Total UMK mengalami pertambahan jumlah unit sebanyak 1.38 juta unit usaha, atau meningkat 2.57%. Data itu menunjukkan bahwa atas prakarsa mandiri telah tercipta lebih dari satu juta *entrepreneur* baru, terutama *entrepreneur* berskala mikro yang bertambah dengan jumlah 1,35 juta unit usaha, atau mengalami peningkatan sebesar 2,54%.

Contoh fenomena UMK adalah fenomena bisnis makanan khas Jawa Timur “soto ayam Cak Eko”, dimana keberaniannya melakukan usaha dengan resep keluarga serta menghadirkan inovasi produk untuk produknya hingga mendapatkan penghargaan ISMBEA 2007 dan pemenang bisnis Indonesia *young entrepreneur award 2008* kategori utama.

Salah satu aspek yang dibahas dalam penelitian ini adalah kepemimpinan kewirausahaan dari seorang wirausaha dalam menjalankan bisnis mereka. Menurut Basrowi (2009) mengatakan, bahwa kemampuan orang dalam berkreaitivitas juga dapat diterapkan dalam kewirausahaan, kemampuan seseorang untuk memimpin harus diimbangi oleh perilaku tertentu juga dikenal sebagai kewirausahaan dimensi inovasi. Aspek-aspek *entrepreneurial leadership* tersebut adalah *Able*

to Motivate, *Visionary*, *Proactive*, *innovativeness*, *Risk Taking*, *Achievement Oriented*, *Persistence*. Sedangkan aspek-aspek *product innovation* tersebut adalah *radical innovation* dan *incremental Innovation*.

Beberapa penelitian akan *Entrepreneurial Leadership* seperti menurut Currie, et al (2008) dalam jurnal berjudul “*innovation, proactive, and vision are three integrated dimension between leadership and entrepreneurship*.” Mengatakan *product innovation* dan *entrepreneurial leadership* adalah proses yang holistik, hidup saling melengkapi. Menurut Shane & Venkataraman (2000) dalam jurnal berjudul “*Entrepreneurial Leadership: Developing a Cross-cultural Construct*.” Mengatakan *entrepreneurial leadership* dan *product innovation* memiliki hubungan yang sangat erat dalam menciptakan suatu produk yang unggul. Menurut Mehrad, et al (2011) mengatakan, bahwa *entrepreneurial leadership* terlihat nyata pada produk dan proses inovasi. Mendeskripsikan *entrepreneurial leadership* sebagai sebuah proses praktek dan aktivitas pengambilan keputusan yang menuju entri baru.

Pada penelitian ini, penulis akan membahas tentang keterkaitan antara *entrepreneurial leadership* dan *product innovation* pada industri makanan dan minuman di Jawa Timur.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kuncoro (2007), penelitian deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Definisi Operasional

Entrepreneurial Leadership

Dalam penelitian ini *entrepreneurial leadership* diukur dalam 7 dimensi:

1. *Able to motivate*

- Dapat memacu semangat kerja orang lain untuk menghasilkan kinerja yang maksimal
- Dapat mengarahkan orang lain untuk bekerja dengan tepat

2. *Visionary*

- Memiliki gambaran usaha yang saya geluti dimasa depan

- Mampu menceritakan kepada orang lain tentang bisnis atau usaha yang saya geluti
 - Mampu mengkomunikasikan harapan saya tentang bisnis atau usaha yang saya geluti kepada orang lain
 - Mampu meyakinkan orang lain tentang bisnis atau usaha yang saya geluti kepada orang lain
3. *Proactive*
 - Memberikan respon positif terhadap peristiwa yang terjadi
 - Mampu melihat dan membaca peluang yang terjadi dipasar
 - Bertindak lebih cepat dalam merespon perubahan yang terjadi
 4. *Inovativeness*
 - Aktif dalam mencari ide tentang produk atau proses bisnis yang baru
 - Mengajak orang lain untuk bersama-sama berpikir guna menemukan produk atau proses bisnis yang baru
 - Mendorong orang lain untuk kreatif dalam menciptakan produk atau proses bisnis yang baru
 5. *Risk Taking*
 - Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian materi, seperti bangunan, mesin, kendaraan
 - Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian finansial seperti uang dan tabungan dalam bekerja
 6. *Achievement Oriented*
 - Memberikan perhatian yang lebih dalam bisnis atau usaha yang digeluti
 - Mau mengawasi proses bisnis dari hulu-hilir
 - Mau untuk mengganti rencana yang telah direncanakan
 7. *Persistence*
 - Memiliki daya tahan terhadap tekanan pekerjaan
 - Bertindak kongrit saat ada hambatan timbul
 - Gigih bertindak mengatasi hambatan sesulit apapun

Product Innovation

Dalam penelitian ini *product innovation* diukur melalui 2 dimensi:

1. *Radical Innovation.*
 - Menciptakan produk baru yang sebelumnya tidak pernah ada dipasaran
 - Memperkenalkan konsep-konsep dan fungsi-fungsi baru atas produk yang dihasilkan
 - Memperkenalkan dan mengembangkan produk dengan menggunakan teknologi/metode produksi baru
 - Memperkenalkan produk baru dengan tujuan untuk membuka peluang yang baru
2. *Incremental Innovations.*
 - Menciptakan produk baru yang belum pernah dihasilkan oleh Bapak/Ibu, tetapi produk tersebut telah ada dipasaran
 - Memperkenalkan variasi produk baru (misal: menambah variasi rasa produk), guna melengkapi produk yang telah ada sebelumnya

- Mengubah dan/atau memperbaiki tampilan produk, seperti model/bentuk dan kemasan produk
- Mengubah dan/atau memperbaiki proses pengelolaan usaha Bapak/Ibu, termasuk proses pelayanan kepada konsumen

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah UMK yang berada di Jawa Timur

Populasi

Menurut Santoso (2003), populasi didefinisikan sebagai sekumpulan data yang mengidentifikasi suatu fenomena. Sedangkan menurut Sugiono (2004), "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya." Di dalam penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah 50 pemilik usaha kecil menengah (UMK) yang bergerak dalam bisnis makanan minuman yang berada di wilayah Surabaya.

Sampel

Menurut Santoso (2003), sampel didefinisikan sebagai sekumpulan data yang diambil atau dipilih dari suatu populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah usaha mikro dan kecil (UMK) yang bergerak dalam bisnis makanan minuman yang berada di wilayah Surabaya.

Teknik Penentuan Sample

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Menurut Sugiyono (2008) mengatakan, *Nonprobability Sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel menggunakan *Sampling Purposive*. Menurut Sugiyono (2008), *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah beberapa pemilik UMKM makanan minuman di Jawa Timur. Dalam penelitian ini, kriteria yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

- a. Responden adalah Pemilik Usaha Mikro dan Kecil
- b. UMK yang dijadikan marasumber adalah UMK di daerah Surabaya dan sekitarnya
- c. UMK yang dijadikan narasumber adalah UMK bidang makanan dan minuman.
- d. UMK yang dikelola sedikitnya telah lebih dari 1 tahun
- e. UMK yang dikelola memiliki sedikitnya satu orang karyawan

Sumber Data

Menurut Nawawi, data primer adalah data langsung dari tangan pertama tentang masalah yang diungkapkan. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan instrument beberapa kuisioner yang bersifat tertutup, artinya jawaban subyek telah dibatasi dengan beberapa alternative jawaban dan juga melalui metode wawancara. Dalam penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang diberikan kepada pemilik usaha kecil menengah pada makanan minuman di Surabaya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- I. Wawancara

Menurut Sugiyono (2012), wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

II. *Questionnaire*

Menurut Sugiyono (2012), *Questionnaire* merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. *Questionnaire* tersebut akan dibagikan kepada UMKM pada sektor makanan/minuman di wilayah Jawa Timur.

Uji Validitas Instrumen

Menurut Muhidin dan Abdurahman (2007), analisa korelasi pearson atau *Pearson Correlation (Product Moment)* adalah teknik analisis yang dikembangkan oleh Kart Pearson untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (X dan Y) yang memiliki tingkat pengukuran minimal interval. Koefisien korelasi Pearson dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r adalah *Pearson Product Moment Correlation*

n adalah jumlah sampel (responden penelitian)

X adalah skor tiap item

Y adalah skor total

Menurut Masrun (dalam Sugiyono, 2012), biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika $r = 0,3$. Dalam hal ini, jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3, maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seorang sampel terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan demikian reliabel adalah suatu keadaan di mainstrumen penelitian tersebut akan tetap menghasilkan data yang sama meskipun disebarkan pada sampel yang berbeda dengan menggunakan uji statistik cronbach's alpha (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha (α) adalah diatas 0,6 (Sugiyono, 2008). Dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \cdot \frac{[1 - \sum s_j^2]}{[\sum s_x^2]}$$

Keterangan:

α = Koefisien reabilitas alpha

K = Banyaknya item

S_j^2 = Varians skor item

S_x^2 = Varians skor total

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2003), alat statistik deskriptif yang digunakan proses analisis data adalah *Mean/rata-rata* hitung merupakan nilai yang diperoleh dengan

menjumlahkan semua nilai data dan membaginya dengan jumlah data.

Menurut Baroroh (2008), rata-rata adalah "nilai yang mewakili himpunan atau sekelompok data" (p. 85). Rumus dari rata-rata adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} : Nilai rata-rata

x_i : Nilai data

n : Jumlah data

Tabel Distribusi Frekuensi

Istijanto (2005) menyatakan bahwa tabel frekuensi adalah pengelompokan atau peringkasan data kedalam bentuk tabel yang terdiri dari kolom dan baris yang menggambarkan jumlah respon untuk tiap kategori dari suatu variabel.

Crosstab (Cross Tabulation)

Teknik analisa data yang digunakan adalah *cross tabulation*. Menurut Santoso (2003), *cross tabulation* adalah sekedar menampilkan kaitan antara dua atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom. Menurut Santoso *cross tabulation* adalah sebuah tabel silang yang terdiri atas satu baris atau lebih. *Cross tabulation* membantu memahami sebuah variabel, misalnya persepsi responden mengenai keamanan, kebersihan, jalan perangan, fasilitas (umum dan sosial) berhubungan dengan variabel lainnya seperti usia atau jenis kelamin. *Cross tabulation* menghasilkan tabel-tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dua atau lebih variabel dengan jumlah kategori atau nilai pembeda yang terbatas.. Menurut Makhotra (2005), ciri penggunaan *cross tabulation* adalah data input yang berskala nominal atau ordinal. Sebenarnya data metrik (interval dan rasio) secara prinsip bisa juga dilakukan *cross tabulation*, hanya saja pada data metrik karena ada kemungkinan data sangat variasi maka bisa terjadi jumlah baris dan kolom menjadi demikian banyak dan malah tidak efektif untuk mendeskripsikan data. *Cross tabulation* juga disebut tabel ketergantungan (*contingency tables*).

Penelitian ini menggunakan range penilaian sebagai berikut :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Analisa Regresi Liner Sederhana

Menurut Santoso (2003), Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = *Entrepreneurial Leadership*

X = *Product Innovation*

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas pada penelitian ini berdasarkan pada metode korelasi *pearson*. Untuk menguji validitas kuisisioner dilakukan dengan mengkorelasikan setiap skor item pertanyaan dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor item (Riduwan, 2003). Jika nilai signifikansi <0.05 maka pernyataan dinyatakan valid, jika nilai signifikansi >0.05 maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Berikut adalah tabel yang menyajikan hasil uji Validitas dari Kuesioner.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Variabel Entrepreneurial Leadership

Pernyataan	r Pearson	Sig	Keterangan
<i>ABLE TO MOTIVATE</i>			
Dapat memacu semangat kerja orang lain	0.906	.000	<i>Valid</i>
Dapat mengarahkan orang lain	0.922	.000	<i>Valid</i>
<i>VISIONARY</i>			
Memiliki gambaran tentang usaha	0.754	.000	<i>Valid</i>
Mampu menceritakan kepada orang lain	0.795	.000	<i>Valid</i>
Mampu mengkomunikasikan harapan	0.869	.000	<i>Valid</i>
Mampu meyakinkan orang lain	0.810	.000	<i>Valid</i>
<i>PROACTIVE</i>			
Memberikan respon positif	0.508	.000	<i>Valid</i>
Mampu melihat dan membaca peluang	0.850	.000	<i>Valid</i>
Bertindak lebih cepat	0.813	.000	<i>Valid</i>
Melakukan tindak lanjut	0.886	.000	<i>Valid</i>
<i>INOVATIVENESS</i>			
Aktif dalam mencari ide	0.534	.000	<i>Valid</i>
Mengajak orang lain	0.796	.000	<i>Valid</i>
Memberikan kebebasan	0.808	.000	<i>Valid</i>
Mendorong orang lain untuk kreatif	0.737	.000	<i>Valid</i>
<i>RISK TAKING</i>			
Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian materi,	0.918	.000	<i>Valid</i>
Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian finansia	0.934	.000	<i>Valid</i>
Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya	0.843	.000	<i>Valid</i>

Pernyataan	r Pearson	Sig	Keterangan
kerugian dalam aspek sosial kehidupan			
<i>ACHIEVEMENT ORIENTED</i>			
Memberikan perhatian yang lebih dalam bisnis atau usaha yang digeluti	0.614	.000	<i>Valid</i>
Mampu mendelegasikan tugas dengan baik sekaligus mengawasi prosesnya	0.831	.000	<i>Valid</i>
Mau untuk mengawasi proses bisnis dari hulu-hilir	0.646	.000	<i>Valid</i>
Mau untuk mengganti rencana yang telah direncanakan apabila ada masukan yang lebih baik	0.672	.000	<i>Valid</i>
<i>PERSISTENCE</i>			
Memiliki daya tahan terhadap tekanan pekerjaan	0.592	.000	<i>Valid</i>
Bertindak kongrit saat ada hambatan yang timbul	0.768	.000	<i>Valid</i>
Gigih bertindak mengatasi hambatan sesulit apapun	0.809	.000	<i>Valid</i>
Terus bertahan pada pekerjaan	0.693	.000	<i>Valid</i>

Dari hasil pengujian validitas *entrepreneurial leadership* dapat dikatakan valid karena semua item pertanyaan memiliki nilai signifikan <0.05

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Variabel Product innovation

Pernyataan	r Pearson	Sig	Keterangan
<i>RADICAL INNOVATION</i>			
Produk baru tidak pernah ada dipasaran	0.867	.000	<i>Valid</i>
Memperkenalkan konsep baru	0.935	.000	<i>Valid</i>
Mengembangkan produk baru	0.905	.000	<i>Valid</i>
Membuka peluang pasar baru	0.910	.000	<i>Valid</i>
<i>INCREMENTAL INNOVATION</i>			
Menciptakan produk baru telah ada di pasaran	0.806	.000	<i>Valid</i>
Memperkenalkan variasi produk	0.842	.000	<i>Valid</i>
Mengubah dan/atau memperbaiki tampilan produk	0.782	.000	<i>Valid</i>
Mengubah dan/atau memperbaiki proses pengelolaan	0.738	.000	<i>Valid</i>

Dari hasil pengujian validitas *product innovation* dapat dikatakan valid karena semua item pertanyaan memiliki nilai signifikan <0.05

Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Gumilar (2007) reliabilitas data untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan. Reliabilitas data dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai *alpha cronbach* > 0.6, (Santoso, 2003, dalam Gumilar, 2007).

Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *alpha cronbach*. Jika nilai *alpha cronbach* > 0.6, maka item-item pertanyaan yang membentuk variabel penelitian dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0:

Tabel 3. Hasil pengujian Reliabilitas *Entrepreneurial Leadership*

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Able to Motivate</i>	0.802	Reliabel
<i>Visionary</i>	0.819	Reliabel
<i>Proactive</i>	0.782	Reliabel
<i>Innovativeness</i>	0.699	Reliabel
<i>Risk Taking</i>	0.873	Reliabel
<i>Achievement Oriented</i>	0.642	Reliabel
<i>Persistence</i>	0.665	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas *entrepreneurial leadership* dapat dikatakan reliabel, hal ini dikarenakan disetiap dimensinya memiliki *alpha cronbach* > 0,6

Tabel 4. Hasil pengujian Reliabilitas *Product innovation*

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Radical Innovation</i>	0.925	Reliabel
<i>Incremental Innovation</i>	0.802	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas *product innovation* dapat dikatakan reliabel, hal ini dikarenakan disetiap dimensinya memiliki *alpha cronbach* > 0,6

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 5. Hasil Dimensi *Able to Motivate*

Pernyataan	Mean	Kategori
<i>Able to Motivate</i>		
Dapat memacu semangat kerja orang lain	4.12	T
Dapat mengarahkan orang lain	4.22	T
Keseluruhan	4.17	T

Dimensi pada *able to motivate* menggambarkan bahwa tingkat *able to motivate* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 4.17. Menurut Ferland et al (2005) mengatakan, motivasi merupakan hal mendasar yang penting

bagi seseorang untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu *entrepreneurial leader* tidak hanya dituntut untuk dapat mengarahkan orang lain untuk bekerja dengan benar, tetapi juga harus dapat memotivasi mereka agar pekerjaan yang mereka kerjakan menjadi baik. Pada dimensi *able to motivate*, nilai *mean* pada item kedua yaitu 4.22 lebih besar daripada nilai *mean* pada item pertama yaitu 4.12. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berwirausaha para *entrepreneur* lebih dimotivasi oleh keinginan untuk dapat mengarahkan orang lain untuk bekerja dengan cepat

Tabel 6. Hasil Dimensi *Visionary*

Pernyataan	Mean	Kategori
<i>Visionary</i>		
Memiliki gambaran tentang usaha	4.14	T
Mampu menceritakan kepada orang	4.12	T
Mampu mengkomunikasikan harapan	3.94	T
Mampu meyakinkan orang lain	4.02	T
Keseluruhan	4.05	T

Dimensi pada *visionary* menggambarkan bahwa tingkat *visionary* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 4.05. Menurut Ferland et al (2005) mengatakan, seorang *Entrepreneurial leader* harus mampu menggambarkan dan menjelaskan tentang masa depan usahanya, dimana dia dan orang-orang di sekitarnya akan berada, serta seperti apa mereka kelak. Dengan demikian ia dapat memiliki keyakinan dan meyakinkan orang lain agar dapat mencapai tujuan bersama tersebut.

Pada dimensi *visionary*, nilai *mean* terbesar pertama terletak di indikator no 1. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berwirausaha para *entrepreneur* memiliki gambaran tentang usaha yang saya geluti dimasa depan.

Tabel 7. Hasil Dimensi *Proactive*

Pernyataan	Mean	Category
<i>Proactive</i>		
Memberikan respon positif	3.80	T
Mampu melihat dan membaca peluang	3.84	T
Bertindak lebih cepat dalam merespon	4.00	T
Melakukan tindak lanjut	3.92	T
Keseluruhan	3.89	T

Dimensi pada *proactive* menggambarkan bahwa tingkat *proactive* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 3.89. menurut Morris, Schindehutte, dan LaForge (2004) mengatakan, Proses eksekusi rencana terkadang menghasilkan sesuatu yang tidak sesuai dengan harapan, maka seorang *entrepreneurial leader* juga harus memiliki sikap proaktif. Proaktif ditunjukkan dengan turut serta terlibat dalam proses pelaksanaan rencana, melibatkan dan mengarahkan orang lain agar dapat membuat segala Pada dimensi *proactive*, nilai *mean* tertinggi terdapat dalam indikator no 3. Hal ini menunjukkan bahwa dalam

berwirausaha para *entrepreneur* bertindak cepat dalam merespon perubahan yang terjadi

Tabel 8. Hasil Dimensi *Innovativeness*

Pernyataan	Mean	Kategori
<i>Inovativeness</i>		
Aktif dalam mencari ide	3.66	T
Mengajak orang lain	3.46	S
Memberikan kebebasan	3.62	S
Mendorong orang lain	3.70	T
Keseluruhan	3.61	S

Dimensi pada *inovativeness* menggambarkan bahwa tingkat *inovativeness* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori sedang. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 3.61. Menurut Morris, Schindehutte, dan LaForge (2004) mengatakan, Dunia bisnis yang terus berkembang dan berubah mengharuskan seorang *entrepreneurial leader* untuk terus mencari solusi kreatif dan bermakna dalam menjawab kebutuhan pasar serta masalah-masalah operasional dari perusahaan atau organisasi.

Pada dimensi *proactive*, nilai *mean* tertinggi terdapat dalam indikator no 4. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berwirausaha para *entrepreneur* dapat mendorong orang lain untuk kreatif dalam menciptakan produk atau proses bisnis yang baru.

Tabel 9. Hasil Dimensi *Risk Taking*

Pernyataan	Mean	Kategori
<i>Risk Taking</i>		
Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian materi	4.04	T
Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian finansial	4.04	T
Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian dalam aspek sosial kehidupan	3.88	T
Keseluruhan	3.987	T

Dimensi pada *risk taking* menggambarkan bahwa tingkat *risk taking* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 3.98. Menurut Ferland et al (2005) mengatakan, *Entrepreneurial leader* harus berani mengambil resiko serta tidak takut untuk mencoba sesuatu yang masih belum pasti tingkat keberhasilannya. Namun tidak hanya berdasarkan insting atau naluri semata dalam mengambil resiko tersebut, tetapi itu semuanya itu telah diperhitungkan dan direncanakan dengan baik sebelumnya.

Pada dimensi *risk taking*, nilai *mean* tertinggi terdapat dalam indikator no 1 dan no 2. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berwirausaha para *entrepreneur* bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian baik dari segi kerugian materi, seperti bangunan, mesin, kendaraan dalam bekerja maupun bersedia menanggung kemungkinan terjadinya

kerugian baik dari segi kerugian dalam aspek sosial kehidupan, seperti jauh dari keluarga atau kerabat dalam bekerja

Tabel 10. Hasil Dimensi *Achievement Oriented*

Pernyataan	Mean	Kategori
<i>Achievement Oriented</i>		
Memberikan perhatian	4.48	T
Mampu mendelegasikan tugas	4.26	T
Mau untuk mengawasi proses	4.32	T
Mau untuk mengganti rencana	4.16	T
Keseluruhan	4.305	T

Dimensi pada *achievement oriented* menggambarkan bahwa tingkat *achievement oriented* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 4.305. Menurut Ferland et al (2005) mengatakan, *Achievement Oriented Leader* merupakan salah satu tipe pemimpin yang menemukan, menciptakan atau juga membangun bisnis atau usahanya dengan tepat waktu. Mereka merupakan orang-orang yang terampil, produktif, dan kompeten dalam membangun sebuah bisnis atau usaha, peka dan mengawasi proses dengan cermat guna memperoleh hasil yang maksimal

Pada dimensi *achievement oriented*, nilai *mean* tertinggi terdapat dalam indikator no 1. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berwirausaha para *entrepreneur* dapat memberikan perhatian yang lebih dalam bisnis atau usaha yangigeluti.

Tabel 11. Hasil Dimensi *Persistence*

Pernyataan	Mean	Kategori
<i>Persistence</i>		
Memiliki daya tahan	4,14	T
Bertindak kongrit	4.12	T
Gigih bertindak	4.16	T
Terus bertahan	4.36	T
Keseluruhan	4.195	T

Dimensi pada *persistence* menggambarkan bahwa tingkat *persistence* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 4.195. Menurut Ferland et al (2005) mengatakan, *Entrepreneurial leader* juga adalah seorang yang gigih dalam memperjuangkan apa yang menjadi impiannya. Keteguhan merupakan karakter yang lahir dari sikap ulet, yaitu kemampuan untuk tidak mudah menyerah apabila mengalami kegagalan

Pada dimensi *proactive*, nilai *mean* tertinggi terdapat dalam indikator no 4. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berwirausaha para *entrepreneur* dapat terus bertahan pada pekerjaan meskipun penuh tantangan.

Dimensi pada *radical innovation* menggambarkan bahwa tingkat *radical innovation* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori sedang.

Tabel 12. Dimensi *Product Innovation*

Pernyataan	Mean	Kategori
Radical Innovation		
Menciptakan produk baru	2.92	S
Memperkenalkan konsep-konsep	2.92	S
Memperkenalkan dan mengembangkan	2.74	S
Memperkenalkan produk baru d	3.02	S
Keseluruhan	2.9	S

Dimensi pada *radical innovation* menggambarkan bahwa tingkat *radical innovation* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori sedang. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 2.9. Menurut Thornberry (2006) mengatakan, pengusaha tidak hanya dapat mengelola dan menjalankan usahanya dengan baik tetapi juga dituntut untuk dapat menciptakan nilai lebih pada orang-orang di sekitarnya baik di dalam maupun di luar perusahaan, yang akan berujung pada berkembangnya perusahaan serta kemampuan perusahaan untuk berjalan mengikuti perubahan yang terjadi di pasar.

Hasil Untuk Dimensi Incremental Innovation

Tabel 13. Hasil Dimensi Incremental Innovation

Pernyataan	Mean	Kategori
Incremental Innovation		
Menciptakan produk baru	3.18	S
Memperkenalkan variasi produk baru	3.32	T
Mengubah tampilan produk	3.18	T
Mengubah dan memperbaiki proses pengelolaan usaha	3.58	T
Keseluruhan	3.31	T

Dimensi pada *incremental innovation* menggambarkan bahwa tingkat *incremental innovation* para *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Jawa Timur berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* sebesar 3.31. Menurut Winardi (2008) mengatakan, Seorang *entrepreneur* juga adalah orang yang bersedia menerima resiko, dan bertindak untuk mengejar peluang-peluang dimana pihak lain tidak dapat melihat dan merasakannya, atau bahkan dianggap sebagai suatu masalah atau ancaman.

Analisa Regresi

Tabel 14. Analisa Regresi Uji T

	Unstandardize		T	Sig
	d	Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	
Const	-8.138	9.726	-.837	.407
Entrepreneurial Leadership	.315	.093	.441	3.406

Dari hasil analisa regresi Uji T dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar -8.138 menyatakan bahwa jika variabel independent dianggap konstan, maka rata-rata *entrepreneurial*

leadership sebesar -8.138. Koefisien regresi *entrepreneurial leadership* sebesar .315 menyatakan bahwa setiap penambahab 1 unit akan meningkatkan *product innovation* sebesar .315. Dilihat dari hasil signifikan *entrepreneurial leadership* .001 maka data tersebut dinyatakan valid, karena batas validitas <0.05

Tabel 15. Analisa Regresi R Square

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Entrepreneurial Leadership	.441 ²	.195	.178	6.01182

Besarnya adjusted R adalah .178, hal ini berarti 17,8% variasi *entrepreneurial leadership* dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen. Sedangkan sisanya (100%-17.8% =82.2%) dijelaskan oleh sebab sebab yang lain diluar model.

Standar Error of Estimate (SEE) sebesar 6.01182. makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

III. KESIMPULAN/RINGKASAN

Dari hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisa deskriptif variabel *entrepreneurial leadership*, dapat diketahui bahwa dimensi dengan skor paling tinggi terdapat pada dimensi *achievement oriented*. Sedangkan skor terendah untuk variabel *entrepreneurial leadership* terdapat pada dimensi *inovativeness*.
2. Dari hasil analisa deskriptif variabel *product innovation*, dapat diketahui bahwa dimensi dengan skor paling tinggi terdapat pada dimensi *incremental innovation*. Sedangkan dimensi dengan skor paling rendah terdapat pada dimensi *radical innovation*
3. Dari hasil analisa regresi, dapat disimpulkan bahwa variabel *product innovation* dipengaruhi positif dan signifikan oleh *entrepreneurial leadership*.

DAFTAR PUSTAKA

Basrowi. (2009). Kewirausahaan, untuk perguruan tinggi. Bogor: Ghalia Indonesia.

Baroroh, A. (2008). Trik-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15.

Currie, G., Richarson, Smyth (2008). Entrepreneurial leadership in the English public sector: paradox or possibility? Public Administration, 86(4), 987-1008.

Ferland (2005). Southern Business review, Spring 2005, Volume 30. College of Business Administration: Georgia Southern University, 3-4.

Gumilar, Ivan. (2007). Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen. Bandung: Utama.

Hisrich, Robert; Peter, Michael and Shepherd, Dean. (2005). Entrepreneurship, 7ed. McGraw-Hill, New York.

Istijanto. (2005). Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Kuncoro, Mudrajad (2007), metode kuantitatif, teori dan aplikasi. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

- Makhotra, Hayman (2005). Wirausaha bidang UMKM. Jakarta: PT Singsei Media Nusantara
- Mehrdad, Abdolrahim, Hamidreza, Mohsen, Ramin (2011). Entrepreneurial Orientation and Innovation Performance: The Mediating Role of Knowledge Management. Mazandaran University St. Shahid Beheshti, Babolsar, Iran
- Morris, M., Schindehutte, M., & LaForge, R. (2004). The Emergence of Entrepreneurial Marketing: Nature and Meaning. New York: Routledge
- Muhidin, S.A., Abdurahman, M. (2007). Analisis korelasi, regresi, dan jalur dalam penelitian. Bandung: CV Pustaka Setia
- Nazir, M (1988). Metode penelitian. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Riduwan. (2003). Dasar-dasar statistika. Bandung: Alfabeta
- Santoso, Singgih. (2003). Statistik deskriptif konsep dan aplikasi dengan microsoft excel dan SPSS. Yogyakarta: Andi
- Shane S. And Venkataraman S., (2000). iThe promise of entrepreneurship as a field of research. I Academy of Management Review, 1 (25), 217-226
- Sugiyono. (2008). Statistika untuk penelitian. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2004). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suharyadi (2003). Statistika untuk ekonomi dan keuangan. Jakarta: Salemba Empat
- Thornberry, Neal. (2006). Lead Like an Entrepreneur. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc
- Winardi, J. (2008). Entrepreneur dan Entrepreneursjip. Jakarta: Prenada Media Grup.