

STUDI HUBUNGAN ANTARA *ENTREPRENEURIAL MOTIVATION* DAN *BUSINESS PERFORMANCE* PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI JAWA TIMUR

Melvin Valentino Rumpuin
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
e-mail: melvinvr1402@yahoo.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *entrepreneurial motivation* terhadap pemilik UMK pada sektor makanan dan minuman di daerah Surabaya dan sekitarnya serta menganalisis hubungan antara *entrepreneurial motivation* dan *business performance* pada pemilik UMK di Surabaya dan Sekitarnya. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik bisnis memiliki *entrepreneurial motivation* yang tinggi. Pada variabel *entrepreneurial motivation*, presentase tertinggi terdapat pada dimensi *locus of control*. Kemudian, *social environment* adalah dimensi dengan presentase terendah. Untuk variabel *business performance* presentase tertinggi terdapat pada *market dan customer*. Dan untuk presentase terendah yang terakhir terdapat pada *preparing for the future*.

Kata Kunci -*entrepreneurial motivation, business performance*

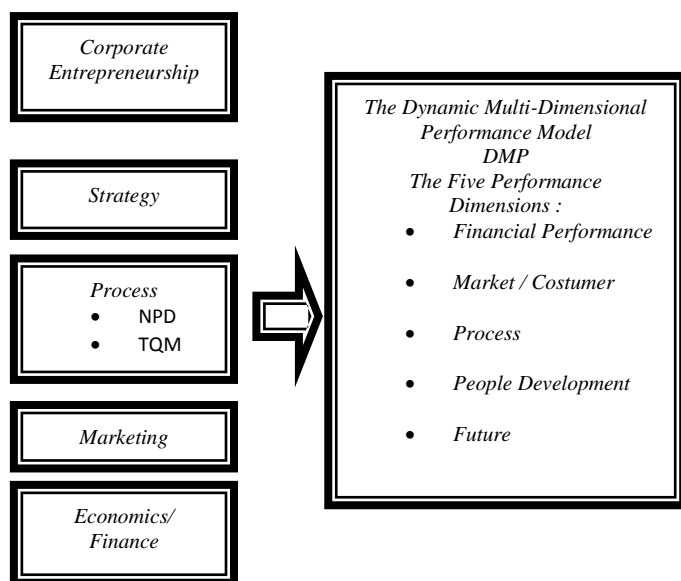
I. PENDAHULUAN

Motivasi kewirausahaan (*Entrepreneurial Motivation*) adalah suatu tindakan seseorang dalam memberikan motivasi yang mempengaruhi berbagai aspek kewirausahaan diantaranya *need for achievement, risk taking, tolerance for ambiguity, locus of control, self-efficacy, dan goal setting* (Shane, Locke, dan Collins, 2003). Menurut laporan kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah republik indonesia mengatakan bahwa, Pemberdayaan Koperasi dan UMKM merupakan langkah strategis menumbuhkan tingkat pembangunan nasional. Kebijakan tersebut dirasakan dapat menjadi solusi konkrit untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Hal ini dapat dicapai dengan mendorong Koperasi dan UMKM meningkatkan kapasitas dan perannya. Secara kontinyu dan berkelanjutan, kebijakan ini diharapkan dapat mensukseskan gerakan pemerintah untuk menumbuhkan perekonomian nasional (*pro growth*), memberikan kontribusi terhadap peningkatan jumlah wirausahawan dan tenaga kerja, serta menekan angka pengangguran (*pro job*), dan meningkatkan kesejahteraan rakyat untuk menuju taraf hidup yang layak (*pro poor*). Berdasarkan data perkembangan Koperasi dan UMKM tahun 2011, jumlah koperasi mencapai sebanyak 188.181 unit dan menyerap tenaga kerja sebanyak 377.238 orang. Sedangkan sektor UMKM meningkat menjadi sebanyak 55.206.444 unit dan menyerap tenaga kerja sebanyak 101.722.458 orang. Dengan tren peningkatan penyerapan tenaga kerja di bidang Koperasi dan UMKM, maka dipastikan potensi sektor Koperasi dan UMKM sangat besar dalam menggerakkan perekonomian nasional. Koperasi

dan UMKM dapat menciptakan perekonomian dalam negeri yang stabil melalui kemandirian ekonomi. Jumlah populasi penduduk Indonesia mencapai 232 juta jiwa merupakan ceruk pasar dalam negeri yang dapat diisi beragam produk KUMKM yang berkualitas (Depkop, 2011). Di provinsi Jawa Timur tepatnya pada Kota Surabaya terdapat fenomena dalam berwirausaha dalam orientasi penjualan makanan dan minuman yaitu bisnis bakpao khas surabaya dengan memiliki nama usaha yaitu “Spesial Bakpao/Mie Ming”. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada bisnis Spesial Bakpao/Mie Ming di Surabaya tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bisnis tersebut memiliki jiwa *Entrepreneurial Motivation* yang tinggi dan juga *Business Performance* terhadap usaha yang di buat sangatlah cukup baik. Sehingga dapat dilihat bahwa kemajuan yang dimiliki oleh pengusaha tersebut sampai saat ini tidaklah kalah bersaing dengan bisnis disekitarnya. Ada beberapa konsep motivasi dan kewirausahaan yang sangat penting dalam penelitian kuantitatif yang akan membahas dari beberapa penelitian sebelumnya untuk menggambarkan cara motivasi dapat mempengaruhi berbagai aspek dari proses kewirausahaan (Shane, Locke, dan Collins, 2003), yaitu : *Need for Achievement, Risk Taking, Tolerance for Ambiguity, Locus of Control, Self – Efficacy, Goal Setting*. Untuk memahami konsep kinerja organisasi pada masa saat ini dalam organisasi nirlaba yang lebih baik, dan untuk berkontribusi pada penciptaan kerangka praktis dalam penilaian keberhasilan organisasi yang berkelanjutan (Maltz, Shenhar, dan Reilly, 2003), dibutuhkan beberapa model sebagai berikut.

- 1) *A new performance model, the Dynamic Multi-Dimensional Performance (DMP) framework* (model kinerja baru, Dynamic Muti-Dimensional kerangka kinerja).
- 2) *That measuring the success of an organization using only one time dimension can be misleading* (yang mengukur keberhasilan suatu organisasi dengan hanya menggunakan satu dimensi waktu bisa menyesatkan).
- 3) *Scholarship has linked the management of the firm's resources to its performance* (Beasiswa telah mengaitkan pengelolaan sumber daya perusahaan kepada para kinerja).
- 4) *One set of measures cannot fit all organizations* (satu set langkah tidak cocok untuk semua organisasi).
- 5) *The DMP model reflect the organization's sustainable performance in multiple time horizons* (Model DMP mencerminkan kinerja yang berkelanjutan dalam organisasi pada beberapa waktu ke depan).

- 6) *The five major success dimensions — financial, market, process, people, and future — can serve as an integrated framework for looking at an organization’s performance* (Lima dimensi kesuksesan - keuangan, pasar, proses, orang, dan masa depan, dapat berfungsi sebagai suatu kerangka terpadu untuk melihat kinerja organisasi).
- 7) *Companies practice financial engineering at the expense of investing for the future* (perusahaan mempraktekan teknik keuangan dengan cara memberikan investasi untuk masa depan).
- 8) *Competition for the future will be to create and dominate emerging opportunities* (Berkompetisi untuk masa depan akan menciptakan dan mendominasi munculnya kesempatan).



Gambar 1 Dynamic Multi – Dimensional Performance Research Template

Sumber : Maltz, Shenhar, dan Reilly (2003)

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian dilakukan untuk menilai hubungan antara sumber motivasi, motivasi berprestasi, dan kepuasan kerja dalam rangka untuk mengidentifikasi motivasi seseorang dengan faktor-faktor yang dapat membantu untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan kerja di lingkungan organisasi. Ada beberapa aturan umum yang berlaku untuk semua orang, tapi kebanyakan orang biasanya termotivasi oleh apa yang mereka anggap sebagai hadiah dan ada berbagai cara untuk mendapatkan komitmen dari mereka dan memotivasi mereka. Sebuah perkembangan konteks sosial ekonomi menciptakan prasyarat untuk mengatur kembali secara terus – menerus strategi untuk memotivasi karyawan untuk mendapatkan kinerja dan kepuasan kerja. Timbul pertanyaan : apa yang merupakan faktor motivasi terbaik dan bagaimana mereka dapat dikembangkan dalam konteks realitas sosial ekonomi kita sekarang?. Hasil penelitian

membuktikan berdasarkan data yang dikumpulkan dari 100 subyek yang bekerja di lembaga publik Rumania memberikan pendekatan motivasi sebagai suatu proses dan untuk mendiagnosa dan merencanakan strategi organisasi baru untuk meningkatkan prestasi kerja, kepuasan kerja dan komitmen di bidang khusus dalam organisasi (Lonica dan Coldea, 2012). Frederic Delmar adalah seorang pelajar dari *Stockholm School of Economics* melakukan suatu studi penelitian yang berfokus pada dampak dari perbedaan individu dalam intelektual kemampuan dan motivasi terhadap kinerja usaha. Kemampuan intelektual pengusaha diuji dengan tes kecerdasan yang diambil sebelumnya pada layanan nasional di Swedia. Model yang diusulkan adalah mengambil perhitungan pengaruh timbal balik antara lingkungan dan pengusaha. Dalam hal ini kinerja diukur sebagai efisiensi usaha dan kemampuan untuk tumbuh. Suatu penemuan yang di dapat, menunjukkan bahwa kemampuan intelektual yang diukur dengan IQ memiliki dampak pada kinerja bisnis, tetapi rata-rata kecerdasan adalah penting bagi sebuah populasi (Delmar, 1996).

Hipotesis

H_0 = Diduga tidak ada hubungan *entrepreneurial motivation* terhadap *business performance*

H_1 = Diduga ada hubungan antara *entrepreneurial motivation* terhadap *business performance*

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri (Lawrence, 2003).

Defenisi Operasional

Defenisi Operasional *Entrepreneurial Motivation*

Dalam penelitian ini, defenisi operasional untuk variabel *entrepreneurial motivation* dapat dilihat pada indikator – indikator sebagai berikut :

a. *Need for Achievement*

1. Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain
2. Menaklukkan tantangan/hambatan dalam kehidupan
3. Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu

b. *Desire for Wealth*

1. Keinginan untuk memperoleh kekayaan
2. Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah saya keluarkan

c. *Locus of Control*

1. Kepercayaan bahwa nasib saya ditentukan oleh usaha saya sendiri
2. Kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup saya

d. *Independence*

1. Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain

2. Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup
- e. *Passion*
1. Ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup
 2. Kecintaan saya terhadap bidang usaha yang saya geluti
 3. Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide
- f. *Self Efficacy*
1. Kepercayaan diri yang kuat akan kemampuan sendiri
 2. Kepercayaan diri yang kuat akan kompetensi sendiri
- g. *Opportunity*
1. Adanya peluang mendirikan usaha baru
 2. Adanya peluang untuk menciptakan produk baru
 3. Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru
- h. *Resource Availability*
1. Modal berupa uang untuk berusaha yang saya miliki
 2. Modal berupa aset untuk berwirausaha
 3. Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha
 4. Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha
- i. *Social Environment*
1. Inspirasi dari tokoh- tokoh bisnis
 2. Keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan
 3. Kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan

Defenisi Operasional Business Performance

- a. *Financial Performance*
1. Penjualan
 2. Penjualan per tenaga kerja
 3. Total pendapatan
 4. Pendapatan per tenaga kerja
 5. Cash flow
 6. Besar profit
 7. Profit per tenaga kerja
 8. ROE
 9. ROI
 10. ROA
- b. *Market and Customer*
1. Tingkat kepuasan pelanggan
 2. Kemampuan memperoleh pelanggan baru
 3. Pertumbuhan pangsa pasar
 4. Pesanan / orderan yang belum dapat dipenuhi
 5. Reputasi perusahaan
 6. Banyaknya perusahaan
 7. Banyaknya konsumen yang loyal
 8. Kualitas pelayanan
- c. *Process Measures*
1. Durasi waktu yang diperlukan bagi produk baru untuk dapat memasuki pasar
 2. Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang sama
 3. Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang berbeda
 4. Kualitas dan kedalaman standarisasi produk
 5. Kualitas proses pengolahan
- d. *People Development*

1. Kepuasan karyawan
 2. Pelatihan bagi pekerja (hari per tahun)
 3. Dorongan kepada karyawan untuk menyarankan dan menguji ide – ide baru.
 4. Kualitas pengembangan kepemimpinan
 5. Kualitas pengembangan teknikal
 6. Kualitas proses administratif sumber daya manusia
 7. Kualitas benefit – benefit yang diperoleh sumber daya manusia
 8. Banyaknya karyawan senior yang bekerja tetap
- e. *Preparing For The Future*
1. Penjualan dari produk baru
 2. Penjualan dari bisnis baru
 3. Pemahaman dan kemampuan meramalkan tred pasar
 4. Kemampuan perusahaan dalam mengantisipasi dan mempersiapkan perubahan – perubahan lingkungan eksternal yang tidak diharapkan
 5. Investasi perusahaan dalam penelitian dan pengembangan (R&D)
 6. Kedalaman dan kualitas perencanaan strategis
 7. Investasi pada proyek – proyek dengan resiko tinggi

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi yang akan diteliti dalam penelitian kali ini adalah seluruh pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya.

Sampel

Dalam penelitian ini, sampel penelitian adalah beberapa pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya. Sampel dalam penelitian berjumlah 50 responden yang diambil dari para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya.

Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah *purposive Sampling*. Dengan menggunakan *purposive sampling* maka teknik penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu, yaitu :

- a. Responden adalah Pemilik Usaha Mikro dan Kecil.
- b. UMK yang dijadikan responden adalah UMK di daerah Surabaya dan sekitarnya.
- c. UMK yang dijadikan responden adalah UMK bidang makanan dan minuman.
- d. UMK yang dikelola sedikitnya telah beroperasi lebih dari 1 (satu tahun).
- e. UMK yang dikelola memiliki sedikitnya 1 (satu) orang karyawan.
- f. Omzet usaha maksimal 500 juta per tahun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang dipakai peneliti adalah Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2013).

Skala pengukuran yang dipakai untuk *Entrepreneurial Motivation* adalah :

- Sangat setuju (skor = 5)
- Setuju (skor = 4)
- Netral (skor = 3)
- Tidak setuju (skor = 2)
- Sangat tidak setuju (skor = 1)

Sedangkan, skala pengukuran yang dipakai untuk *Business Performance* adalah :

- Sangat Tinggi (skor = 5)
- Tinggi (skor = 4)
- Netral (skor = 3)
- Rendah (skor = 2)
- Sangat Rendah (skor = 1)

Teknik Pengumpulan Data

1. Interview (Wawancara)

Dalam penelitian survey, jenis wawancara yang dipakai oleh peneliti adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh (Sugiyono, 2013)

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan instrumen untuk mengumpulkan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam – macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2013).

Uji Validitas Instrumen

Uji validitas menggunakan teknik *product moment* dengan menggunakan rumus (Sujarweni dan Endrayanto, 2012) sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- r = Pearson Product Moment Corelation
- n = Jumlah sampel (responden penelitian)
- x = Skor tiap item
- y = Skor total

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2005). Setiap pernyataan dapat dikatakan valid apabila dianggap memenuhi kriteria adalah jika $r = 0,3$.

Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama – sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0.60 maka reliabel (Sujarweni dan Endrayanto, 2012) Dengan rumus sebagai berikut.

$$r \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = Koefisien reliability instrument (Cronbach Alpha)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total varians butir

σ_t^2 = Total varians

Uji reabilitas memberikan gambaran bahwa sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Pengujian dilakukan secara bersama – sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0.60 maka semua butir-butir pertanyaan yang membentuk variabel penelitian dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 16.0.

Analisa Deskriptif

Dalam melakukan analisis statistik deskriptif peneliti memakai perhitungan nilai rata – rata (*mean*) terhadap butir – butir jawaban yang diambil dari pertanyaan yang diberikan ke responden. Jawaban yang diambil responden untuk *entrepreneurial motivation* dan *business performance* yang dimasukan ke dalam 3 kategori. Rumus yang digunakan untuk menghitung adalah interval kelas yang digunakan untuk mencari rata – rata kelas dari responden.

Berikut adalah rumusnya :

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{3} = 1,33$$

Kemudian dari perhitungan interval kelas maka dibutuhkan beberapa kategori dari rata – rata yang diambil dari reponden. Berikut ini adalah beberapa kategori yang dipakai.

Tabel 1 Kategori Rata-Rata Jawaban Responden

Interval	Kategori
$3,67 < a \leq 5$	Tinggi (T)
$2,34 < a \leq 3,66$	Sedang (S)
$1,00 < a \leq 2,33$	Rendah (R)

Rata-rata (Mean)

Mean adalah alat pengukur rata – rata yang paling populer untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data dengan membagi jumlah dari keseluruhan isi data dengan jumlah datanya (Sujarweni dan Endrayanto, 2012).

Rumus data tidak berkelompok :

$$Me = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots}{n}$$

Keterangan :

- Me = Mean (Rata – rata)
- x_1 = Nilai data pertama
- x_2 = Nilai data kedua
- x_3 = Nilai data ketiga
- n = Jumlah sampel

Analisa Regresi Linear Sederhana

Di dalam analisis dependen kita sering dihadapkan dengan analisis data yang ingin melihat hubungan antara variabel independen (yang bersifat kategori atau skala nonmetrik) dan variabel dependen (yang bersifat kontinyu, metrik, atau berskala nterval, dan ratio). Jika variabel independen berkategori dua, maka uji statistik yang digunakan adalah uji beda t-test., sedangkan untuk variabel independen yang

berkategori lebih dari dua digunakan analisis *of variance* (anova) (Ghozali, 2005).

Model persamaan regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = *Business performance*

X = *Entrepreneurial motivation*

a = konstanta

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel *business performance* yang di dasarkan pada perubahan variabel *entrepreneurial motivation*.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Validitas

Tabel 2 Pengujian Validitas Dari Responden Pada Variabel

Entrepreneurial Motivation

Item Pertanyaan	r Hitung	Keterangan
<i>Need For Achievement</i>		
Berprestasi yang diakui	0,820	Valid
Menaklukkan tantangan	0,691	Valid
Membuktikan kemampuan	0,780	Valid
<i>Need For Independence</i>		
Keinginan bekerja sendiri	0,923	Valid
Membuat keputusan sendiri	0,873	Valid
<i>Desire For Wealth</i>		
Memperoleh kekayaan	0,941	Valid
Memperoleh hasil dari modal	0,837	Valid
<i>Locus Of Control</i>		
Nasib ditentukan usaha	0,912	Valid
Kerja keras merubah hidup	0,667	Valid
<i>Self-Efficacy</i>		
Percaya diri bahwa mampu	0,975	Valid
Percaya dri bahwa kompeten	0,975	Valid
<i>Egoistic Passion</i>		
Ambisi akan sesuatu penting	0,836	Valid
Kecintaan akan bidang usaha	0,703	Valid
Energi/Daya untuk ide	0,825	Valid
<i>Opportunity</i>		
Mendirikan usaha baru	0,934	Valid
Menciptakan produk baru	0,925	Valid
Memasuki pangsa pasar baru	0,949	Valid
<i>Resource Availability</i>		
Modal berupa uang	0,802	Valid
Modal berupa asset	0,786	Valid
Modal berupa koneksi	0,844	Valid
Tersedianya fasilitas	0,779	Valid
<i>Social Environment</i>		
Inspirasi tokoh bisnis	0,944	Valid
Meniru tokoh bisnis	0,927	Valid
Dampak positif kehidupan	0,717	Valid

Berdasarkan Tabel diatas, hasil pengujian validitas kuesioner diatas, maka dapat diketahui bahwa item-item pertanyaan pada variabel *entrepreneurial motivation* tersebut memiliki r hitung yang lebih besar dari nilai 0,300 sehingga

dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan yang mengukur variabel pada penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 3 Pengujian Validitas Dari Responden Pada Variabel

Business Performance

Pertanyaan	r Hitung	Keterangan
<i>Financial Performance</i>		
Penjualan	0.815	Valid
Penjualan per tenaga kerja	0.766	Valid
Total pendapatan	0.796	Valid
Pendapatan per tenaga kerja	0.807	Valid
Cash flow	0.505	Valid
Besar profit	0.732	Valid
Profit per tenaga kerja	0.891	Valid
Return on Equity	0.815	Valid
Return on Investment	0.873	Valid
Return on Assets	0.909	Valid
<i>Market and Customer</i>		
Tingkat kepuasan pelanggan.	0.711	Valid
Kemampuan memperoleh pelanggan baru.	0.768	Valid
Pertumbuhan pangsa pasar.	0.738	Valid
Pesanan/Orderan yang belum dapat dipenuhi.	0.610	Valid
Reputasi perusahaan.	0.605	Valid
Banyaknya konsumen yang loyal.	0.679	Valid
Kualitas layanan.	0.635	Valid
<i>Process Measures</i>		
Durasi waktu bagi produk baru	0.545	Valid
Kualitas pembelajaran karyawan pada divisi yang sama.	0.607	Valid
Kualitas pembelajaran karyawan pada divisi yang berbeda.	0.715	Valid
Kualitas dan kedalaman standarisasi produk.	0.410	Valid
Kualitas dan kecepatan dalam produk yang baru	0.663	Valid
Kualitas proses pengolahan.	0.537	Valid
<i>People Development</i>		
Kepuasan karyawan.	0.482	Valid
Pelatihan bagi pekerja	0.592	Valid
Dorongan kepada karyawan	0.767	Valid
Kualitas pengembangan kepemimpinan.	0.709	Valid
Kualitas pengembangan teknikal.	0.529	Valid
Kualitas proses administrasif SDM	0.621	Valid
Kualitas benefit-benefit SDM	0.723	Valid
Banyaknya karyawan senior	0.550	Valid

Preparing for The Future

Penjualan dari produk baru	0.613	Valid
Penjualan dari lini bisnis baru	0.612	Valid
Meramalkan trend pasar	0.605	Valid
Kemampuan mengantisipasi perubahan-perubahan lingkungan eksternal	0.601	Valid
Investasi penelitian dan pengembangan (R&D)	0.591	Valid
Kedalaman dan kualitas perencanaan strategis	0.692	Valid
Investasi pada proyek-proyek dengan resiko tinggi	0.662	Valid

Berdasarkan Tabel diatas, hasil pengujian validitas kuesioner diatas, maka dapat diketahui bahwa item-item pertanyaan pada variabel *business performance* tersebut memiliki r hitung yang lebih besar dari nilai 0,300 sehingga dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan yang mengukur variabel pada penelitian ini dinyatakan valid.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Tabel 4 Pengujian Reliabilitas Dari Responden Pada Variabel *Entrepreneurial Motivation*

Objek yang diamati	Cronbach Alpha Hitung	Keterangan
<i>Need For Achievement</i>	0,632	Reliabel
<i>Need For Independence</i>	0,751	Reliabel
<i>Desire For Wealth</i>	0,700	Reliabel
<i>Locus Of Control</i>	0,406	Tidak Reliabel
<i>Self-Efficacy</i>	0,947	Reliabel
<i>Egoistic Passion</i>	0,693	Reliabel
<i>Opportunity</i>	0,929	Reliabel
<i>Resource Availability</i>	0,807	Reliabel
<i>Social Environment</i>	0,837	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas kuesioner diatas, dapat di lihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing obyek yang diteliti diperoleh nilai yang lebih besar dari *Cronbach Alpha* yang diisyaratkan yaitu sebesar 0,600 yang dimana data yang digunakan dalam penelitian ini telah reliable. Kecuali untuk *locus of control* yang tidak reliabel yang disebabkan oleh jumlah sampel yang kecil. Namun, dimensi *locus of control* harus digunakan karena dalam penelitian sebelumnya, dimensi *locus of control* dikatakan reliabel karena jumlah sampel yang besar.

Tabel 5 Pengujian Reliabilitas Dari Responden Pada Variabel *Business Performance*

Objek Dalam Penelitian	Cronbach Alpha Hitung	Keterangan
<i>Financial Performance</i>	0,931	Reliabel
<i>Market and Costumer</i>	0,792	Reliabel
<i>Process Measures</i>	0,623	Reliabel
<i>People Development</i>	0,765	Reliabel
<i>Preparing for the Future</i>	0,736	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas kuesioner diatas, dapat di lihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing obyek yang diteliti diperoleh nilai yang lebih besar dari *Cronbach*

Alpha yang diisyaratkan yaitu sebesar 0,600 yang dimana data yang digunakan dalam penelitian ini telah reliable.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Need For Achievement*

Tabel 6 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Need For Achievement*

<i>Need For Achievement</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	berprestasi yang diakui	3.86	T	0.948
2	Menaklukkan tantangan	4.18	T	0.720
3	Membuktikan kemampuan	4.12	T	0.659
Total		4.05	T	1.788

Dari tampilan dimensi *need for achievement*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 4,18 yaitu pada item pertanyaan ke – 2 yang berarti bahwa *entrepreneur* mampu menaklukkan tantangan atau hambatan dalam kehidupan bisnisnya. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *need for achievement* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 1 yaitu sebesar 3,86 yang berarti bahwa keinginan seorang *entrepreneur* untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Need For Independence*

Tabel 7 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Need For Independence*

<i>Need For Independence</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	Keinginan untuk bekerja sendiri	4.34	T	0.848
2	membuat keputusan sendiri	4.40	T	0.670
Total		4.37	T	1.367

Dari dimensi *need for independence*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 4,40 yaitu pada item pertanyaan ke – 2 yang berarti bahwa *entrepreneur* berkeinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidupnya. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *need for independence* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 1 yaitu sebesar 4,34 yang berarti bahwa keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak bergantung orang lain, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Desire For Wealth*

Tabel 8 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Desire For Wealth*

<i>Desire For Wealth</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	memperoleh kekayaan.	4.30	T	0.814
2	memperoleh hasil dari modal	4.46	T	0.503
Total		4.38	T	1.188

Dari dimensi *desire for wealth*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 4,46 yaitu pada item pertanyaan ke – 2 yang berarti bahwa *entrepreneur* berkeinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah dikeluarkannya. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *desire for wealth* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 1 yaitu sebesar 4,30 yang berarti bahwa keinginan untuk memperoleh kekayaan, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Locus Of Control*

Tabel 9 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Locus Of Control*

<i>Locus Of Control</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	nasib saya ditentukan usaha	4.30	T	0.953
2	kerja keras dapat merubah hidup	4.64	T	0.525
Total		4.47	T	1.219

Dari dimensi *locus of control*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 4,64 yaitu pada item pertanyaan ke – 2 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidupnya. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *locus of control* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 1 yaitu sebesar 4,30 yang berarti memiliki kepercayaan bahwa nasib ditentukan olehnya sendiri, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Self – Efficacy*

Tabel 10 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Self – Efficacy*

<i>Self – Efficacy</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	Kepercayaan diri yang mampu.	4.40	T	0.639
2	Kepercayaan diri yang kompeten.	4.40	T	0.639
Total		4.40	T	1.245

Dari dimensi *self - efficacy*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata pada TABEL diatas adalah sama yaitu 4,40 pada kedua item pertanyaan tersebut. Hal ini berarti pada dimensi *self – efficacy* memiliki gambaran bahwa *entrepreneur* sangat memiliki kepercayaan yang kuat bahwa mampu dan kompeten dalam dunia bisnis.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Egoistic Passion*

Tabel 11 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Egoistic Passion*

<i>Egoistic Passion</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	Ambisi untuk menciptakan sesuatu	4.16	T	0.766
2	Kecintaan terhadap bidang usaha	4.24	T	0.555

3	Energi/daya untuk mewujudkan ide.	4.06	T	0.620
Total		4.15	T	1.541

Dari dimensi *egoistic passion*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 4,24 yaitu pada item pertanyaan ke – 2 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki kecintaan terhadap usaha yang digelutinya. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *egoistic passion* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 3 yaitu sebesar 4,06 yang berarti bahwa energi atau daya yang dimiliki adalah untuk mewujudkan idenya, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Opportunity*

Tabel 12 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Opportunity*

<i>Opportunity</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	mendirikan usaha baru.	3.76	T	1.021
2	menciptakan produk baru.	3.84	T	0.976
3	memasuki pangsa pasar yang baru.	3.66	T	1.022
Total		3.75	T	2.827

Dari dimensi *opportunity*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,84 yaitu pada item pertanyaan ke – 2 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki adanya peluang untuk menciptakan produk baru. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *opportunity* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 3 yaitu sebesar 3,66 yang berarti bahwa adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar baru, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Resource Availability*

Tabel 13 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Resource Availability*

<i>Resource Availability</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	Modal berupa uang	4.18	T	0.596
2	Modal berupa aset	4.02	T	0.795
3	Memiliki koneksi berwirausaha	3.98	T	0.869
4	Tersedianya fasilitas	4.06	T	0.652
Total		4.06	T	2.344

Dari dimensi *resource availability*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 4,18 yaitu pada item pertanyaan ke – 1 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki modal berupa uang untuk berwirausaha yang dimilikinya. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *opportunity* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 3 yaitu sebesar 3,98 yang berarti bahwa memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Social Environment*

Tabel 14 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Social Environment*

<i>Social Environment</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	Inspirasi dari tokoh- tokoh bisnis	3.12	S	1.172
2	Keinginan meniru tokoh bisnis	3.14	S	1.212
3	dampak positif dalam kehidupan	4.16	T	0.866
Total		3.47	T	2.851

Dari dimensi *social environment* , dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 4,16 yaitu pada item pertanyaan ke – 3 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *social environment* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 1 yaitu sebesar 3,12 yang berarti bahwa terinspirasi oleh tokoh – tokoh bisnis, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Financial Performance*

Tabel 15 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Financial Performance*

<i>Financial Performance</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	Penjualan	3.72	T	0.573
2	Penjualan per tenaga kerja	3.58	S	0.575
3	Total Pendapatan	3.72	T	0.671
4	Total Pendapatan per tenaga kerja	3.62	S	0.567
5	Cash flow	3.52	S	0.707
6	Besar profit	3.62	S	0.697
7	Profit per tenaga kerja	3.50	S	0.647
8	ROE	3.50	S	0.678
9	ROI	3.48	S	0.677
10	ROA	3.50	S	0.678
Total		3.57	S	5.101

Dari dimensi *financial performance* , dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,72 yaitu pada item pertanyaan ke – 1 dan 3 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki penjualan yang tinggi serta pendapatan yang tinggi. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *financial performance* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 1 yaitu sebesar 3,48 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki investasi yang kurang dan dapat dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Market and Customer*

Tabel 16 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Market and Customer*

<i>Market and Customer</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
12	Tingkat kepuasan pelanggan.	3.94	T	0.620
13	Kemampuan	3.70	T	0.863

14	memperoleh pelanggan baru. Pertumbuhan pangsa pasar.	3.48	S	0.789
15	Pesanan/Orderan yang belum dapat dipenuhi.	3.20	S	1.030
16	Reputasi perusahaan	3.80	T	0.639
17	Banyaknya konsumen yang loyal.	3.94	T	0.682
18	Kualitas layanan.	4.02	T	0.654
Total		3.72	T	3.579

Dari dimensi *market and costumer*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,94 yaitu pada item pertanyaan ke – 12 dan 17 yang berarti bahwa *entrepreneur* mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas yang tinggi. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *market and costumer* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 15 yaitu sebesar 3,20 yang berarti bahwa *entrepreneur* dalam hal pesanan/orderan yang belum dapat dipenuhi, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Process Measures*

Tabel 17 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Process Measures*

<i>Process Measures</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
20	Durasi waktu yang diperlukan bagi produk baru	3.00	S	0.782
21	Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang sama.	3.16	S	0.738
22	Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang berbeda.	3.10	S	0.735
23	Kualitas dan kedalaman standarisasi produk.	3.80	T	0.535
24	Kualitas dan kecepatan dalam menterjemahkan produk yang baru	3.52	S	0.707
25	Kualitas proses pengolahan.	3.84	T	0.618
Total		340	S	2.442

Dari dimensi *process measures*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,84 yaitu pada item pertanyaan ke – 25 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki kualitas proses pengolahan yang tinggi. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *process measures* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 1

yaitu sebesar 3,00 yang berarti bahwa durasi waktu yang diperlukan bagi produk baru untuk dapat memasuki pasar, dikatakan rendah.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *People Development*

Tabel 18 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *People Development*

<i>People Development</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
27	Kepuasan karyawan.	3.84	T	0.548
28	Pelatihan bagi pekerja	3.14	S	1.010
29	Dorongan karyawan untuk ide baru.	3.28	S	1.051
30	Kualitas kepemimpinan.	3.62	S	0.635
31	Kualitas teknikal.	3.56	S	0.675
32	Kualitas proses SDM	3.58	S	0.609
33	Kualitas benefit SDM	3.38	S	0.901
34	Banyaknya karyawan senior yang tetap bekerja.	3.48	S	0.931
Total		3.48	S	4.019

Dari dimensi *people development*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,84 yaitu pada item pertanyaan ke – 27 yang berarti bahwa *entrepreneur* kepuasan karyawan yang tinggi. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *people development* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 28 yaitu sebesar 3,14 yang berarti bahwa kurangnya memberikan pelatihan bagi karyawan.

Analisis Deskripsi Untuk Dimensi *Preparing For The Future*

Tabel 19 Hasil Pengujian Deskripsi Untuk Dimensi *Preparing For The Future*

<i>Preparing For The Future</i>				
No	Pertanyaan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
36	Penjualan dari produk baru	3.56	S	0.675
37	Penjualan dari lini bisnis baru	3.44	S	0.787
38	Pemahaman dan kemampuan meramalkan trend pasar.	3.38	S	0.901
39	Kemampuan perusahaan dalam mengantisipasi dan mempersiapkan lingkungan eksternal	3.54	S	0.788
40	Investasi perusahaan dalam R&D	3.04	S	0.903
41	Kedalaman dan kualitas perencanaan strategis.	3.18	S	0.873
42	Investasi pada proyek-proyek	2.74	S	1.006

dengan resiko tinggi.

Total	3.26	S	3.718
-------	------	---	-------

Dari dimensi *preparing for the future*, dapat diketahui bahwa item pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,56 yaitu pada item pertanyaan ke – 36 yang berarti bahwa *entrepreneur* memiliki penjualan dari produk baru yang tinggi. Kemudian untuk item pertanyaan dengan rata-rata terendah pada dimensi *preparing for the future* adalah terletak pada item pertanyaan ke – 40 yaitu sebesar 3,04 yang berarti bahwa *entrepreneur* kurang berinvestasi perusahaan dalam penelitian dan pengembangan, dikatakan rendah.

Analisis Regresi

Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing – masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. (Ghozali, 2005).

Dari Tabel di bawah, terdapat dua variabel yang dimasukkan ke dalam model regresi variabel *entrepreneurial motivation* tidak signifikan hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk *entrepreneurial motivation* sebesar 0.052 dengan prasyarat dinyatakan signifikan apabila < 0.05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel *business performance* dipengaruhi oleh variabel *entrepreneurial motivation*.

Model	Coefficients			
	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constan)	102.896	15.234	6.754	0.000
<i>Entrepreneurial Motivation</i>	0.308	0.155	1.989	0.052

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
<i>Business Performance</i> ^a	0.276	0.076	0.057	11.84101

Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan keterkaitan antara variabel *entrepreneurial motivation* dengan *business performance* pada aspek sumber daya manusia dan pemasaran pada objek semua pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya.

Berdasarkan hasil analisis bahwa variabel *entrepreneurial motivation*, diketahui bahwa nilai tertinggi pada variabel *entrepreneurial motivation* dari para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya adalah pada dimensi *locus of control*. Kemudian untuk nilai terendah dari para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya adalah pada dimensi *social environment*. Hal ini menandakan bahwa pada saat ini para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya lebih percaya bahwa suatu pekerjaan yang mereka lakukan dalam mengubah hidup mereka dibandingkan

dengan terinspirasi oleh tokoh – tokoh dalam dunia bisnis sekarang ini.

Kemudian untuk analisis variabel *business performance*, diketahui bahwa nilai tertinggi pada variabel *business performance* dari para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya adalah pada dimensi *market and customer*. Kemudian untuk nilai terendah dari para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya adalah pada dimensi *preparing for the future*. Jika dilihat dari data *business performance* maka dapat dikatakan bahwa para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya saat ini lebih meningkatkan kualitas layanan mereka dalam melayani konsumennya dan lebih mengutamakan kepentingan konsumen dibandingkan berinvestasi untuk suatu penelitian dan pengembangan akan usaha yang mereka geluti khususnya pada pemilik Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya .

Dalam uji cross tabulation pada variabel *entrepreneurial motivation* dan jenis kelamin, diketahui bahwa nilai tertinggi pada variabel *entrepreneurial motivation* dari para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya adalah pada indikator *locus of control and need for independence*. Hal ini berarti bahwa para *entrepreneur* sangat memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menggeluti bisnis yang mereka jalani dan juga mereka mempunyai keinginan yang kuat dalam bekerja untuk tidak bergantung pada orang lain dan dapat mengambil keputusan dalam berbisnis. Kemudian untuk nilai terendah dari dimensi cross tabulation para pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya adalah pada dimensi *opportunity*. Kecenderungan para *entrepreneur* dalam hal *opportunity* memberikan gambaran bahwa mereka tidak terlalu melihat pada peluang – peluang bisnis yang ada namun mereka lebih memilih percaya pada keinginan dan kepercayaan mereka yang kuat terhadap yang dilakukan oleh mereka.

Kemudian dari hasil analisis regresi linear diketahui bahwa secara keseluruhan hasil yang di dapat adalah signifikan. Maka dapat di simpulkan bahwa variabel *business performance* dipengaruhi oleh variabel *entrepreneurial motivation*.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Kesimpulan secara keseluruhan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan, maka peneliti membuat kesimpulan penelitian bahwa :

- 1 Berdasarkan analisis deskriptif variabel *entrepreneurial motivation*, maka diketahui bahwa dimensi dengan skor paling tinggi terdapat pada dimensi *locus of control*. Dalam hal ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial motivation* tertinggi para *entrepreneur* usaha mikro dan kecil pada sektor makanan dan minuman di Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya adalah memberikan kepercayaan yang lebih untuk bisnis yang digeluti.
- 2 Kemudian berdasarkan analisis deskriptif variabel *business performance*, maka dapat diketahui bahwa dimensi dengan skor paling tinggi terdapat pada dimensi *market and customer*. Hal ini menunjukkan bahwa *business performance* tertinggi para *entrepreneur* Usaha Mikro dan Kecil di Surabaya dan Sekitarnya terkait dengan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.
- 3 Untuk analisis regresi pada dimensi pada dimensi *entrepreneurial motivation* dan *business performance* dapat disimpulkan bahwa variabel *business performance* dipengaruhi oleh variabel *entrepreneurial motivation*. Hal ini berarti bahwa suatu kinerja bisnis sangat dipengaruhi oleh motivasi kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Delmar, F. (1996) The Impact of Intellectual Ability and Motivation on Venture Performance, 171, Retrieved July 1 ,2014, from <http://www.diva-portal.org>
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indonesia. Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2011). Kebangkitan Koperasi dan UMKM Menuju Kesejahteraan Rakyat. Retrieved April 20, 2014, from <http://www.depkop.go.id>
- Ionica, C., Coldea, D. (n.d). Motivation for A High Job Performance and Job Satisfaction, 537, Retrieved Mei 24 ,2014, from <http://www.onlinelibrary.wiley.com>
- Maltz, A.C., Shenhar, A.J., Reilly, R.R. (2003). Beyond the Balanced Scorecard: Refining the Search for Organizational Success Measures, 187-204. Retrieved March 12, 2014, from <http://lrpjournal.com>
- Shane, S., Locke, E.A., Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial Motivation, 257-279. Retrieved March 28, 2014, from <http://www.sciencedirect.com>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W., & Endrayanto, P. (2012). Statistika Untuk Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.