

Analisis Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Organisasi yang Dimoderasi oleh Modal Sosial pada Umkm Souvenir dan Kerajinan di Desa Kedensari Sidoarjo

Rofaul Khoiril Anwar¹, Gendut Sukarno²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
anwarrofaul@gmail.com¹, sukarnogendut@yahoo.co.id²

ABSTRACT

This study aims to understand the effect of entrepreneurial orientation on organizational performance and the effect of social capital in moderating entrepreneurial orientation on organizational performance. The location of this research and sampling was carried out in Kedensari Village, Sidoarjo. This study uses data on the distribution of questionnaires as a population and data based on the DISKOPUMKM website in Sidoarjo Regency. This research uses SmartPLS. The results of this study indicate that there is a significant influence on entrepreneurial orientation on organizational performance and the effect of social capital in moderating entrepreneurial orientation on organizational performance.

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Social Capital, and Organizational Performance

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan memahami pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja organisasi dan pengaruh modal sosial dalam memoderasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja organisasi. Lokasi penelitian dan pengambilan sampel ini dilakukan di Desa Kedensari Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan data penyebaran kuesioner sebagai populasi dan data berdasarkan web DISKOPUMKM Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mengalami pengaruh yang signifikan pada orientasi kewirausahaan terhadap kinerja organisasi dan pengaruh modal sosial dalam memoderasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja organisasi.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Modal Sosial, dan Kinerja Organisasi

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak potensi untuk meningkatkan perekonomiannya baik secara pusat maupun daerah. UMKM menjadi salah satu distributor produk lokal tersebut. Untuk meningkatkan devisa negara, potensi lokal dapat mengembangkan atau menjual ke pasar domestik auto internasional. Penyebaran wabah COVID-19 diumumkan oleh Badan Kesehatan Dunia atau WHO sebagai masalah besar di seluruh dunia yang sudah mulai menyebar pada awal tahun 2020 di Indonesia, jumlah orang

terinfeksi COVID-19 kian bertambah. Pada perekonomian khususnya para pelaku/pemilik UMKM di Indonesia berdampak akibat COVID-19.

Salah satu UMKM yang terkena dampak mewabahnya COVID-19 yaitu pengusaha Sidoarjo. Selain itu, pelaku UMKM Sidoarjo merasakan dampak serius dari COVID 19 disebabkan pembatasan, lokasi tertutup, dan jarak sosial. Bambang Wahyuono mengumumkan Hipmikindo Jatim memiliki 2.000 anggota UMKM, dan penjualan secara umum turun 70-100%. Turunnya penjualan UMKM menjadi bagian dari penutupan pusat oleh-oleh, 95% di antaranya adalah makanan dan souvenir. Kalaupun sentra oleh-oleh ditutup, perusahaan kecil dan menengah akan berusaha mencari cara untuk menaikkan omsetnya (JawaPos.com, 23 Desember 2021).

Gambar 1 Perbandingan Omzet Penjualan Saat dan Sebelum Pandemi



Sumber : Website DINKOPUMKM

Gambar di atas menunjukkan penurunan omzet penjualan yang sangat pesat selama tiga bulan. Misalnya, pada Februari 2020, omzet penjualan bisa mencapai Rp 16 juta, seperti yang terlihat pada usaha kecil souvenir dan kerajinan sebelum pandemi. Kemudian, sejak Februari 2020 hingga Mei 2020, omzetnya turun menjadi Rp 4 juta. Bulan lalu, sebuah usaha kecil di Jawa Timur alhasil belajar cara memasarkan produk secara online/daring. Sedikitnya 80-100% UMKM bergerak secara online/daring melalui Whatsapp Group, Facebook dan Instagram, terutama di sektor fashion, aksesoris dan food and beverage.

Sidoarjo memiliki sentra desa untuk usaha kecil, souvenir dan kerajinan yang terletak di desa Kedensari. Sentra Kerajinan dan Souvenir UMKM di desa Kedensari menjual berbagai macam oleh-oleh dan kerajinan kulit antara lain tas, sepatu dan koper. Menurut data yang diperoleh peneliti, UMKM “Souvenir dan Kerajinan” di Desa Kedensari saat ini diketahui memiliki fluktuasi penjualan yang mempengaruhi efektifitas organisasi.

Tabel 1 Data Penjualan UMKM Souvenir dan Kerajinan di Desa Kedensari Tahun 2019-2021

Tahun	Target	Penjualan Rata-Rata	Persentase
-------	--------	---------------------	------------

2019	2500	2650	106%
	2500	2700	108%
2020	2500	400	16%
	1500	365	24%
2021	1500	600	40%
	1500	750	50%

Sumber : Data Penjualan UMKM di Desa Kedensari

Berdasarkan tabel penjualan, penjualan pada semester I 2019 tercatat 2.650 unit. Pada semester II 2019, terjual 2.700 unit. Penjualan menurun signifikan pada 2020, dengan penjualan 400 unit pada kuartal pertama dan 365 unit pada kuartal kedua. Pada 2021, penjualan akan naik tipis menjadi 600 unit di semester I dan 750 unit di semester II. Menurut penjelasan yang diberikan kepada peneliti oleh usaha kecil, 12 hingga 15 barang yang dapat dijual dapat terjual per hari pada tahun 2020. Di awal tahun 2020 ini penjualan anjlok, tidak perlu menjual 1 produk per hari, dan terkadang hanya 1 produk yang terjual dalam 4 hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengukur persepsi, pandangan, dan sikap individu/kelompok terhadap ciri sosial menggunakan metode pengukuran Skala Likert, yang merupakan skala yang berasal dari inklusi kualitatif. Data penelitian ini didapatkan melalui kuesioner. Pelaku UMKM/pemilik souvenir dan kerajinan di Desa Kedensari Kabupaten Sidoarjo merupakan populasi dalam penelitian ini. Metodologi pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dan ditentukan secara *purposive sampling*. Dengan sampel sebanyak 50 orang, dan metode analisis penelitian ini menggunakan metode PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melakukan pengujian untuk mengetahui hipotesis yang didukung dan ditolak yang disajikan dalam penelitian ini. Tolok ukur penerimaan dan penolakan hipotesis dari penelitian adalah penerimaan dari nilai koefisien jalur hipotesis. Pada umumnya, instrumen untuk menguji yaitu menggunakan alat uji t atau nilai p. Menurut hasil analisis dari SEM yang diolah menggunakan software SmartPLS, tingkat penerimaan dari nilai koefisien jalur dapat dilihat dari nilai T-statistics.

Nilai t-statistics > 1,96, (derajat kesalahan 5%) adalah tolok ukur untuk menerima atau menolak hipotesis. Hasil dari nilai t-statistic :

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis

Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics (O/STDEV)	P Values
-----------------	-------------	--------------------	--------------------------	----------

	(O)	(M)	(STDEV)		
Orientasi Kewirausahaan (X) -> Kinerja Organisasi (Y)	0,512	0,511	0,153	3,35	0,001
Modal Sosial (Z) -> Kinerja Organisasi (Y)	0,349	0,36	0,125	2,8	0,005
Moderating Effect 1 -> Kinerja Organisasi (Y)	0,323	0,308	0,112	2,874	0,004

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa hasil perhitungan jalur koefisien (*path coefficients*) sebesar 0,512, dan nilai *T-statistic* sebesar $3,350 < 1,96$ (dari nilai tabel $Z\alpha = 0,05$) atau nilai *P Value* $0,001 < 0,05$, maka **Signifikan (positif)**. Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dalam (Nugroho dan Setyawan, 2015) dengan hasil penelitian variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan positif. Pelaku/pemilik UMKM souvenir dan kerajinan di desa Kedensari sudah dapat melakukan inovasi yang sulit untuk ditiru pesaing, dapat memperkenalkan produk baru kepada konsumen dengan menyediakan tester produk serta berani mengambil risiko. Berani melebihi target produksi guna mengantisipasi peningkatan permintaan konsumen untuk memulai atau mengelola usaha. Dilihat dari data outer model pada hasil olah data *factor loading* (O) terdapat nilai tertinggi sebesar 0,867 pada X1 di variabel orientasi kewirausahaan, data tersebut menunjukkan bahwa disarankan untuk pelaku/pemilik UMKM souvenir dan kerajinan di desa Kedensari dapat lebih membuat inovasi yang lebih sulit untuk ditiru pesaing.
2. Hasil dari penelitian modal sosial memperkuat hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja organisasi menunjukkan bahwa hasil perhitungan jalur koefisien (*path coefficients*) sebesar 0,323, dan nilai *T-statistic* sebesar $2,874 < 1,96$ (dari nilai tabel $Z\alpha = 0,05$) atau nilai *P Value* $0,004 < 0,05$, maka **Signifikan (positif / memperkuat hubungan)**. Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dalam (Nugroho dan Setyawan, 2015) dengan hasil penelitian variabel modal sosial memperkuat hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja organisasi berpengaruh signifikan positif. Modal sosial yang dimiliki oleh pelaku/pemilik UMKM souvenir dan kerajinan di desa Kedensari sangat diperlukan dalam meningkatkan kinerja organisasi. Dilihat dari data outer model pada hasil olah data *factor loading* (O) terdapat nilai tertinggi sebesar 0,894 pada Z3 di variabel modal sosial, data tersebut menunjukkan bahwa disarankan untuk pelaku/pemilik UMKM souvenir dan kerajinan di desa

Kedensari dapat lebih antusiasme dalam membangun relasi baik dengan internal maupun eksternal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji orientasi kewirausahaan terhadap kinerja organisasi yang dimoderasi oleh modal sosial UMKM di Desa Kedensari Sidoarjo, penelitian ini berpengaruh terhadap kinerja organisasi, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut merupakan orientasi kewirausahaan yang baik untuk diberikan. Semakin baik orientasi kewirausahaan pelaku/pemilik UMKM untuk souvenir dan kerajinan di Desa Kedensari maka semakin berhasil pelaku/pemilik dalam melakukan pelayanan organisasi. Modal sosial yang baik dapat meningkatkan hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja organisasi. Semakin baik modal sosial maka semakin baik pula hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja organisasi pelaku/pemilik UMKM di Desa Kedensari Sidoarjo.

Hasil penelitian ini dapat memberikan beberapa saran yang bermanfaat yaitu pelaku/pemilik UMKM di Desa Kedensari dapat memberikan pelatihan kewirausahaan untuk membantu mereka mempraktekkan jiwa wirausaha dalam menjalankan usaha untuk menghasilkan keuntungan. UMKM di Desa Kedensari Sidoarjo perlu mempertahankan dan meningkatkan jiwa wirausahanya, karena perusahaan harus mampu menahan risiko yang terkait dengan segala tindakannya agar perusahaan dapat bertahan jika terjadi masalah organisasi. UMKM di Desa Kedensari perlu menghasilkan inovasi produk berkualitas tinggi yang menarik dan membeli konsumen, sehingga produk tersebut dapat mengungguli pesaingnya. Pelaku/pemilik UMKM Desa Kedensari Sidoarjo perlu terus memperkuat prinsip-prinsip norma sosial dalam menjalankan usaha seperti memperkuat sistem kesadaran masyarakat dan pekerja UMKM. Pelaku/pemilik UMKM yang menerapkan norma terkait bisnis dan berbagi informasi antar sesama dapat meningkatkan kinerja inovasi dalam strategi UMKM Desa Kensari Sidoarjo. Pelaku/pemilik UMKM di Desa Kedensari juga akan memperluas jaringan usahanya dengan mengikuti komunitas wirausaha atau mengikuti kursus pelatihan kewirausahaan untuk memaksimalkan jaringan internet yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Djodjoko, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).

Drucker, Peter F. (1994). *Innovation And Entre-Preneurship, Practice And Principles*. Jakarta Gelora Aksara. Erlangga.

Dwiyanto, A. (2021). *Reformasi Birokrasi Publik Di Indonesia*. UGM PRESS.

Ferdinand, Agusty Tae, 2005, "Modal Sosial Dan Keunggulan Bersaing: Wajah Sosial Strategi Kinerja Pemasaran", Disampaikan Pada Upacara Perseminan Penerimaan Jabatan Guru Besar Dalam Ilmu Marketing Pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Fredrickson, J. (1986). The Strategic Decisionmaking Process And Organizational Structure. *Academy Of Management Review*, 10:696-706.

Fukuyama, F. 1992. *The End Of History And The Last Man*. Buku. Free Press. New York. 544 Hlm

Fukuyama, Francis (1995). *Trust: The Sosial Virtues And The Creation Of Prosperity*. New York: The Free Press

Geladi, P., & Kowalski, B. (1986). Partial Least-Squares Regression: A Tutorial. *Analytica Chimica Acta*. 185(1), 1-17.

Irawati, A., & Purnomo, H. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrepreneur*, 6(1), 1-14.

Khoirrini, L., & Kartika, L. (2014). Pengaruh Modal Insani Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja (Studi Kasus Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Makanan Dan Minuman Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 244-257.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance. *Academy Of Management Review*, 21(1), 135-172.

Mahsun, Mohamad. 2006. "Pengukuran Kinerja Sektor Publik". Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Solow, R. M. 1999. Notes Sosial Capital And Economic Performance. In Partha D., Ismail S.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta