

LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN MANDIRI



MODEL ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS NILAI NILAI ISLAM  
MENUJU KINERJA BISNIS UKM DI JAWA TENGAH

OLEH

SISNO RIYOKO, SE. MM

(NIDN. 0612056802)

Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Sains dan Teknologi

**UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA  
(UNISNU) JEPARA  
JULI 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Model Orientasi Kewirausahaan berbasis  
Nilai-nilai Islam menuju Kinerja Bisnis  
UKM di Jawa Tengah

Kode>Nama Rumpun ilmu : 571 (Manajemen)

Ketua Peneliti


a. Nama lengkap : Sisno Riyoko, SE. MM  
b. NIDN : 0612056802  
c. Jabatan Fungsional : Lektor  
d. Program studi : Teknik Industri  
e. Nomor HP : 081390271398  
f. Alamat surkel (email) : sisno@unisnu.ac.id

Anggota Peneliti

a. Nama lengkap : -  
b. NIDN : -  
c. Perguruan Tinggi : Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara  
Jangka waktu penelitian : 1(satu) tahun  
Anggaran biaya/sumber : Mandiri


Jepara, 28 Juli 2019

Mengetahui  
Dekan Fakultas Sains & Teknologi



Ir. Gun Sudiryanto, MM  
NIK : 3.650524.98.014

Ketua Peneliti



Sisno Riyoko, SE. MM  
NIK : 3.680512.98.016

Menyetujui  
Ketua LPPM Unisnu



Purwo Adi Wibowo, SE. M.Sc  
NIP : 198010192005011001



|  | Hal |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                                  | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                             | ii  |
| DAFTAR ISI .....                                     | iv  |
| RINGKASAN .....                                      | v   |
| BAB 1. PENDAHULUAN .....                             | 1   |
| 1.1. Latar Belakang .....                            | 1   |
| 1.2. Perumusan Masalah .....                         | 2   |
| 1.3. Kebaruan yang ditemukan.....                    | 3   |
| 1.4. Tujuan Khusus .....                             | 3   |
| 1.5. Urgensi Penelitian .....                        | 4   |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....                         | 7   |
| 2.1. Penelitian terhadulu.....                       | 7   |
| 2.2. Nilai-nilai Islam .....                         | 8   |
| 2.3. Orientasi Kewirausahaan .....                   | 10  |
| 2.4. Kinerja UKM....                                 | 18  |
| BAB 3. METODE PENELITIAN .....                       | 16  |
| 3.1. Metode Pendekatan .....                         | 16  |
| 3.2. Populasi .....                                  | 16  |
| 3.3. Cara perolehan data .....                       | 18  |
| 3.4. Definisi Operasional Variabel .....             | 18  |
| 3.5. Metode Analisis .....                           | 19  |
| BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....                  | 23  |
| 4.1. Identitas Responden .....                       | 23  |
| 4,2. Kondisi Usaha.....                              | 25  |
| 4.3. Analisis Statistik Deskripsi.....               | 26  |
| BAB 5. KESIMPULAN .....                              | 40  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                 | 41  |
| LAMPIRAN .....                                       | 43  |
| Lampiran 1. Biodata Ketua dan Anngota Peneliti. .... | 44  |

# MODEL ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS NILAI-NILAI ISLAM MENUJU KINERJA BISNIS UKM DI JAWA TENGAH

## RINGKASAN

Penelitian ini ingin menghasilkan pengujian hipotesis tentang pengaruh nilai-nilai Islam terhadap orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk lebih meningkatkan Kinerja UKM melalui penerapan orientasi kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam. Adapun secara khusus tujuan penelitian :1) Mengetahui peran nilai-nilai Islam dalam membentuk jiwa kewirausahaan sehingga dapat menjalankan bisnis dengan baik, 2) Mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan meliputi sikap proaktif, orientasi belajar dan keberanian mengambil resiko terhadap kinerja UKM, 3) Untuk mengimplementasikan hasil penelitian di masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan uji hipotesis terhadap variabel-variabel independent dan variabel dependent. Populasi yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik UKM yang bergerak bidang batik/tenun yang berjumlah 756 unit usaha. Sedangkan sampel penelitian yang diambil sebanyak 250 pemilik UKM. Sampel diambil berdasarkan simple random sampling, dimana semua populasi memiliki peluang untuk menjadi sample. Metode pendekatan penelitian yang digunakan dengan menggunakan pendekatan diskriptif dan kuantitatif.

*Kunci : Nilai-nilai Islam, Orientasi kewirausahaan, Kinerja*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia sangatlah strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan ekonomi masyarakat dan menjadi tumpuhan sumber pendapatan sebagian masyarakat serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Meskipun UKM dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, namun kenyataan dilapangan UKM masih menghadapi berbagai persoalan yang menyebabkan sebagian UKM belum mampu meningkatkan pendapatan yang lebih baik.

Program-program yang berkaitan dengan peningkatan kinerja UKM telah dilakukan oleh pihak pemerintah daerah maupun pihak swasta. Tetapi semua itu hanya merupakan program yang sifatnya sementara, sedangkan tindak lanjut dari program tersebut belum dilakukan secara maksimal. Akibatnya persoalan-persoalan yang dihadapi belum seluruhnya terselesaikan.

Pencetakan wirausaha baru bagi UKM sangat penting dilakukan mengingat masih seringnya ditemukan banyak UKM yang tidak bisa bertahan hidup dan kontribusi UKM terhadap PDB yang belum setara dengan jumlah unit usaha dan jumlah tenaga kerja yang ada. Dilain pihak intensitas persaingan usaha yang cukup tinggi baik dalam penciptaan produk daerah sendiri maupun produk dari daerah lainnya. Intensitas persaingan yang cukup tinggi dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antara kemampuan kewirausahaan dan kinerja pelaku UKM di Jawa Tengah. Pelaku UKM yang dapat memahami tingginya

intensitas persaingan akan terus meningkatkan kinerja dengan terus mengembangkan kemampuan kewirausahaannya melalui inovasi, lebih proaktif dan berani mengambil resiko bisnis (Forber, 2008, Rauch dkk, 2009).

Meskipun UKM terbukti mampu mengatasi permasalahan tersebut di atas, di lain pihak kinerja UKM masih rendah. Kinerja yang rendah tersebut ternyata disebabkan oleh para pelaku UKM belum mampu mengembangkan kewirausahaannya. Oleh karena itu usulan penelitian model orientasi kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam akan dapat meningkatkan kinerja bisnis Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Tengah.

## **1.2 Permasalahan**

Kebijakan dan pola pembinaan UKM masih mengalami distorsi, sehingga tujuan dan sasarannya belum tercapai secara optimal. Yang menjadi persoalan utama dalam penelitian ini adalah peningkatan kinerja UKM, disisi lain UKM memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Berkaitan dengan hal tersebut maka Model Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis UKM berbasis nilai-nilai Islam di Jawa Tengah perlu diteliti. Kegiatan penelitian ini direncanakan selama 6 bulan. Pertanyaan yang akan dijawab :

- 1) Apakah nilai-nilai Islam berpengaruh terhadap sikap proaktif dalam kewirausahaan?
- 2) Apakah nilai-nilai Islam berpengaruh terhadap orientasi belajar dalam kewirausahaan?

- 3) Apakah nilai-nilai Islam berpengaruh terhadap (risk taking) berani mengambil resiko dalam kewirausahaan?
- 4) Apakah sikap proaktif dalam kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM
- 5) Apakah orientasi belajar dalam kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM?
- 6) Apakah (risk taking) berani mengambil resiko berpengaruh terhadap kinerja UKM?

### **1.3 Kebaruan yang ditemukan**

Penelitian tentang orientasi kewirausahaan dalam hubungan dengan kinerja UKM memang telah banyak diteliti. Namun dalam penelitian yang membahas tentang orientasi kewirausahaan yang mengkaitan dengan nilai-nilai islam belum banyak yang meneliti. Oleh karena itu kebaruan dalam penelitian ini adalah variabel yang dipakai dengan menggunakan variabel nilai-nilai islam akan berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan yang selanjutnya akan berdampak pada peningkatan kinerja UKM.

### **1.4 Tujuan khusus**

Usaha Kecil dan Menengah memang memiliki potensi yang cukup besar dalam upaya penguatan ekonomi nasional, regional maupun ekonomi lokal. Berbagai upaya untuk mengembangkan UKM telah dilakukan oleh pihak swasta maupun pemerintah. Tetapi kenyataannya UKM masih menjadi unit usaha yang

kecil, lemah dan belum mampu menjadi satu kesatuan ekonomi yang sehat dan mandiri.

Salah satu persoalan yang muncul adalah Usaha Kecil dan Menengah masih lemah adalah para UKM belum memahami tentang kewirausahaan. Dengan memahami orientasi kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam akan mampu mengatasi persoalan yang terkait dengan peningkatan kinerja.

Sejalan dengan upaya penerapan orientasi kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam untuk meningkatkan kinerja UKM, proposal ini secara khusus diajukan dengan tujuan khusus sebagai berikut :

1. Mengetahui peran nilai-nilai islam dalam membentuk jiwa kewirausahaan sehingga dapat menjalankan bisnis dengan baik.
2. Mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan meliputi sikap proaktif, orientasi belajar dan keberanian mengambil resiko terhadap kinerja UKM.
3. Untuk mengimplementasikan hasil penelitian di masyarakat.

### **1.5 Urgensi penelitian**

Keberadaan UKM yang kuat ternyata telah menjadi sumber kekuatan ekonomi Negara maju, misalnya Jepang, Taiwan dan Korea Selatan. Di Jepang keberadaan UKM-nya diakui telah memperkokoh perekonomian Jepang dan membawanya menjadi Negara industri. Semuanya itu tidak lepas dari kemampuan UKM itu sendiri dalam menghadapi kondisi perekonomian yang semakin ketat. Salah satu kunci utama untuk dapat menghadapi kondisi global adalah



kemampuan daya saing. Kondisi UKM yang daya saingnya rendah akan tersisih dalam persaingan.

Di Negara-negara Eropa khususnya Eropa Barat keberadaan UKM sangat penting. Di Belanda misalnya, jumlah UKM sekitar 95% dari jumlah perusahaan di Negara kincir angin tersebut (Bijmolt dan Zirort, 2004), seperti Amerika Serikat, juga dinegara industry maju lainnya yang tergabung dalam OEC seperti Jepang, Jerman, Perancis dan Kanada. Usaha Kecil dan Menengah merupakan motor penting dari pertumbuhan ekonomi dan progress teknologi (Tambun, 2005)

Di Negara sedang berkembang di Asia, Afrika dan Amerika Latin, UKM juga berperan sangat penting khususnya dari perspektif kesempatan kerja, sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distributor pendapatan dan pengurangan kemiskinan dan pembangunan ekonomi pedesaan.

Studi tentang UKM sebenarnya telah sering dilakukan karena hampir semua pihak dan kalangan sudah memiliki pemahaman yang sama tentang pentingnya peranan UKM di masyarakat (Tambun et al, 2002). UKM memiliki peranan dalam hal penyerapan tenaga kerja, penyumbang APBN pada skala nasional dan APBD atau PAD pada skala regional dan lokal. Hampir semua aspek yang berkaitan dengan perkembangan UKM telah diteliti, misalnya aspek permodalan, kegiatan produksi dan eksportnya serta peningkatan kapasitas sumber daya manusianya. Namun demikian semua upaya tersebut, masih belum mampu mengangkat keberadaan UKM yang masih kecil dan lemah.

Penelitian ini diajukan sebagai salah satu upaya UKM dalam memperoleh meningkatkan kinerja melalui pendekatan orientasi kewirausahaan berbasis nilai-

nilai Islam. Melalui model orientasi kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam diharapkan dapat menghasilkan terobosan baru guna mengatasi permasalahan yang selama ini dihadapi oleh UKM. Meskipun telah banyak penelitian tentang UKM, penelitian yang kami ajukan ini memiliki keunggulan utama sebagai berikut :

1. Penelitian ini akan melihat peran nilai-nilai islam yang diterapkan pada sentra-sentra UKM di Jepara yang memiliki potensi untuk berkembang, Langkah yang dilakukan adalah dengan identifikasi karakteristik UKM di Jepara.
2. Penelitian ini mencoba untuk penerapan model orientasi kewirausahaan berbasis nilai-nilai islam dimaksudkan untuk dimasukanya nilai-nilai Islam pada UKM yang akan dikembangkan.
3. Selanjutnya nilai-nilai Islam yang telah diterapkan pada orientasi kewirausahaan akan dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kinerja UKM

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian terdahulu**

Beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini dilakukan oleh Sisno Riyoko (2012) tentang identifikasi karakteristik dan strategi pengembangan usaha Seni Patung dan Ukir Mulyoharjo Jepara. Hasil penelitian ditemukan bahwa usaha seni patung dan ukir Mulyoharjo memiliki banyak persoalan yang harus diselesaikan yaitu persoalan permodalan, sarana prasarana, jaringan kerjasama, pemasaran dan lain sebagainya. Strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah peningkatan akses permodalan, peningkatan sarana dan prasarana, peningkatan jaringan kerjasama dengan pihak ketiga dan kebijakan pemerintah daerah yang mendukung iklim usaha seni patung dan ukir.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Budi Lofian & Sisno R (2013) yang berjudul Identifikasi Faktor eksternal dan faktor internal yang berpengaruh terhadap Kinerja UKM Mebel Rotan di Jepara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal maupun faktor internal secara positif dan signifikan mempengaruhi kinerja UKM mebel rotan di Jepara. Selanjutnya penelitian juga dilakukan oleh Sisno Riyoko & Budi Lofian (2017) dengan judul Model Penguatan Daya Saing sebagai upaya meningkatkan kinerja UKM Klaster Mebel di Jepara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor internal yang perlu mendapat perhatian yaitu aspek teknologi, aspek manajemen, aspek produksi dan aspek pasar.

## 2.2. Nilai-nilai Islam

Kajian tentang nilai dalam ilmu pengetahuan menjadi salah satu perbedaan utama antara pandangan Sains Barat dengan pandangan ilmu pengetahuan Islam. Di dalam Islam, ilmu pengetahuan harus didasarkan pada nilai dan harus memiliki fungsi dan tujuan. Bahkan menurut Sumarna, nilai sebagai ruhnya ilmu. Ilmu tanpa nilai seperti tubuh tanpa ruh yang berarti tidak berguna (2006: 183). Dalam al-Quran terdapat banyak macam nilai yang dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, diantaranya *tauhid*, *amanah*, *mashlahah*, *ikhlah*, *'adl*, *ihsan*, *istikhlaf*, *ukhuwwah*, *shiddiiq*, dan lain sebagainya.

*Tauhid* merupakan prinsip utama di dalam beragama. Prinsip ini menunjukkan bahwa setiap manusia diciptakan adalah sama kedudukannya dan tidak boleh ada yang memposisikan dirinya sebagai yang disembah dan yang lain adalah penyembah tetapi satu-satunya yang bisa disembah adalah Allah swt, tuhan alam semesta. Tugas manusia bukanlah untuk makan dan menikmati kehidupan lainnya sebagaimana makhluk lainnya, tetapi mengemban amanah untuk menyembah Allah Yang Esa, berbuat kebajikan untuk mendapat *ridha*-Nya, mencegah kemungkaran dan berpegang teguh dengan tali yang kuat (Islam), dan sabar dalam menghadapi setiap cobaan (Qardhawi, 2000a: 34).

Amanah adalah lawan dari khianat, merupakan kepercayaan atau pertanggungjawaban moral atas semua tugas atau kewajiban yang diemban seseorang, termasuk pula segala yang telah ditetapkan Allah kepada hamba-Nya (Kahhar dan Fatahillah, 2007: 14). Adapun *mashlahah* dalam ekonomi menurut

Siddiqi, 1992: 11-34, adalah segala kegiatan produksi harus bisa memberikan kemaslahatan maksimum bagi konsumen dan produsen yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk, diantaranya pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat, menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya, menyiapkan persediaan barang dan jasa di masa depan, dan tidak merusak lingkungan hanya demi untuk mendapatkan keuntungan materi atau memenuhi kebutuhan umat manusia. Sedangkan *ikhlaash* adalah menyengajakan perbuatan semata-mata mencari *keridhaan* Allah dan memurnikan perbuatan dan segala bentuk kesenangan duniawi (Qardhawi, 2004: 13).

Sementara „*adl* adalah kata benda abstrak yang berasal dari kata kerja *adala* yang berarti: *pertama*, meluruskan atau duduk lurus, mengamandemen atau mengubah; *kedua*, melarikan diri, berangkat atau mengelak dari suatu jalan yang keliru/salah menuju jalan yang benar; *ketiga*, sama atau sepadan atau menyamakan; dan *keempat*, menyeimbangkan atau mengimbangi, sebanding atau berada dalam suatu keadaan yang seimbang (*state of equilibrium*) (Khadduri, 1984: 8). Dan *ihsan* adalah melakukan perbuatan baik karena dilandasi kasih sayang sehingga perbuatan baik tersebut melebihi ketentuan yang ada.

*Istikhlaf*, yaitu apa saja yang dimiliki manusia merupakan titipan Allah swt (Qardhawi, 2000a: 40-1). Dengan demikian Allah-lah Yang Maha Pemilik seluruh apa dan siapa yang ada di dunia ini<sup>9</sup>. Sementara *ukhuwwah* adalah hubungan yang menyatu diantara umat manusia, antara umat manusia dengan umat lainnya, dan antara umat manusia dengan lingkungannya (Shihab, 1997: 489). Sedangkan

*shiddiq* merupakan merupakan kesesuaian antara ucapan dengan kenyataan atau antara keadaan yang terlihat dengan yang tersembunyi (Al-Mishri, 2008: 24-8)

### **2.3. Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi kewirausahaan mengacu pada orientasi strategis perusahaan, dari aspek kewiraswastaan tertentu yaitu gaya, metode, dan praktik pengambilan keputusan. Dengan demikian, maka akan mencerminkan bagaimana perusahaan beroperasi dengan baik daripada apa yang dilakukannya (Lumpkin dan Dess, 1996). Miller (1983) merangkum karakteristik dari sebuah perusahaan wirausaha yang mendefinisikan bahwa Perusahaan wirausaha adalah perusahaan yang bergerak di bidang pasar produk inovasi, melakukan usaha yang agak berisiko, dan pertama kali muncul dengan " proaktif " inovasi, mengalahkan pesaing dengan pukulan.

Berdasarkan hal tersebut, beberapa peneliti telah sepakat bahwa orientasi kewirausahaan adalah kombinasi dari tiga dimensi: innovativeness, proactiveness, dan mengambil risiko. Dengan demikian, orientasi kewirausahaan melibatkan kemauan untuk berinovasi untuk meremajakan penawaran pasar, mengambil risiko untuk mencoba produk, layanan, dan pasar baru dan tidak pasti, dan lebih proaktif daripada pesaing terhadap peluang pasar baru (Covin dan Slevin, 1989, 1990, 1991; Knight, 1997; Miller, 1983; Namen dan Slevin, 1993; Wiklund, 1999; Zahra dan Covin, 1995; Zahra, 1993a) Dimensi inovasi dari orientasi kewirausahaan mencerminkan kecenderungan untuk terlibat dan mendukung

gagasan baru, eksperimentasi, dan proses kreatif, sehingga berangkat dari praktik yang sudah mapan dan teknologi (Lumpkin dan Dess, 1996).

Inovasi pasar, seperti yang tersirat oleh dimensi innovativeness, dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengejar peluang baru. Proaktif mengacu pada sikap mengantisipasi dan bertindak di masa depan. Keinginan dan kebutuhan di pasar, sehingga menciptakan keuntungan penggerak pertama oleh pesaing (Lumpkin dan Dess, 1996).

Dengan perspektif berwawasan ke depan, proaktif perusahaan memiliki keinginan untuk menjadi pelopor, sehingga memanfaatkan peluang yang muncul. Mengambil resiko dikaitkan dengan kemauan untuk melakukan lebih banyak sumber daya untuk proyek-proyek di mana biaya kegagalan mungkin tinggi (Miller dan Friesen, 1982). Ini juga menyiratkan melakukan sumber daya untuk proyek di mana hasilnya tidak diketahui. Ini sebagian besar mencerminkan bahwa perusahaan bersedia melepaskan diri.

#### **A. Proaktif**

Proactiveness adalah perspektif mencari peluang, berwawasan ke depan yang ditandai dengan pendahuluan produk dan layanan baru menjelang kompetisi dan bertindak untuk mengantisipasi permintaan masa depan (Rauch et al., 2004; Yoon-joo, Min-jae, Jun-seok, & Lee-joo, 2010). Ibeh dan Young (2001) mengemukakan hal itu mengeksplor adalah tindakan kewiraswastaan dan dapat didefinisikan sebagai proses di mana individu, baik di perusahaan mereka organisasi sendiri atau dalam mengejar peluang pasar ekspor tanpa

memperhatikan sumber daya, yang mana mereka saat ini mengendalikan atau menghilangkan disinsentif lingkungan, yang mereka hadapi.

Menurut Lunkin & Desa (1996, Hu li(2009) sikap proaktif enterpreneur merupakan kesediaan untuk berekasi (disposition to rect) secara positif mengidentifikasi peluang, mendominasi pesaing melalui kombinasi langkah proaktif dan agresif, berorientai ke masa depan, memperkenalkan produk atau jasa terbaru,antisipasi permintaan untuk menciptakan suatu perubahan dan mempengaruhi lingkungan. Sikap proaktif kewirausahaan mendorong perusahaan untuk mendapatkan peluncuran produk secepat mungkin sebagai cara untuk menghasilkan dana yang cepat atau memperoleh umpan balik pasar yang cepat (F.F Lumkin, Keith H. Brighamb and Todd W. Moss : 2010)

*H1: Semakin tinggi nilai-nilai islam, maka sikap proaktif dalam berwirausaha semakin tinggi.*

## **B. Orientasi Belajar**

Proses belajar sebagai suatu pengaruh penyesuaian diri yang mempengaruhi hubungan antara suatu sistem dengan lingkungan luarnya. Menurut Alford B (2006) menyimpulkan bahwa proses belajar organisasi terutama berorientasi pada dimensi kognitif dan dimensi berperilaku yang ada didalam kontek :1) budaya, 2)strategi, 3)struktur dan 4) lingkungan. Budaya merupakan keyakinan-keyakinan, norma-norma dan ideologi-ideologi yang saling dimiliki bersama aksi tindakan organisasi.



Orientasi pembelajaran berarti memastikan adanya sebuah perubahan positif merujuk pada adanya suatu peningkatan. Orientasi pembelajaran digunakan sebagai strategi pengendalian diri, dimana hal tersebut dapat membantu ketrampilan dan kemampuan sumber daya manusia serta mengetahui yang dapat meningkatkan kinerja. Dalam al Qur'an dianjurkan bahwa setiap manusia diwajibkan untuk menuntut ilmu melalui belajar. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

*H2: Semakin tinggi nilai-nilai islam, maka orientasi belajar semakin tinggi.*

### **C. Berani Mengambil Resiko**

Mengambil risiko melibatkan tindakan berani dengan menjelajah ke yang tidak diketahui, meminjam dengan berat, dan / atau melakukan sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti (Chandra et al., 2007; Fazul et al., 2010; Idah & Mahmood, 2011; Ilhami, 2011). Pengambilan risiko menunjukkan keinginan untuk berkomitmen proporsional sejumlah besar sumber daya meskipun berpotensi tinggi untuk kegagalan (Covin & Slevin, 1991; Lumpkin & Dess, 1996; Sepulveda, 2010).

*H3: Semakin tinggi nilai-nilai Islam, maka intensitas berani mengambil resiko semakin tinggi.*

## **2.4. Kinerja UKM**

Di dunia bisnis saat ini sangat ditekankan pada kinerja perusahaan. Namun, ada banyak kriteria yang digunakan dalam mempelajari dan menentukan kinerjanya. Menurut Venkatraman dan Ramanujam (1986), kinerja bisa jadi diukur dengan indikator keuangan dan operasional (non-keuangan). Langkah-langkah finansial terkait dengan faktor ekonomi seperti profitabilitas dan pertumbuhan penjualan (misalnya return on investment, return on sales dan return on equity) dan operasional

Langkah-langkah terkait dengan faktor keberhasilan non-keuangan seperti kualitas, pangsa pasar, kepuasan, produk baru pengembangan dan efektivitas pasar. Selain itu, mereka mengklasifikasikan data kinerja dalam dua dimensi; primer atau data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari organisasi dan data sekunder dikumpulkan dari publik sumber yang tersedia. Klasifikasi lain dalam ukuran kinerja mencakup tindakan yang obyektif dan subjektif. Ukuran kinerja obyektif mengacu pada indikator terukur. Mereka umumnya indikator keuangan dan diperoleh dari organisasi.

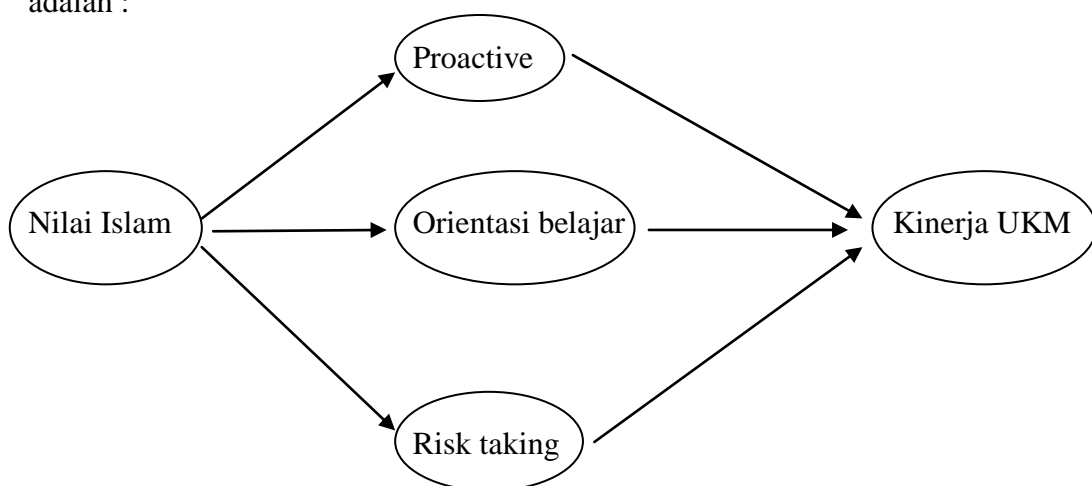
Di sisi lain, tindakan subjektif bergantung pada penilaian responden dan indikator ini mencakup indikator keuangan dan non-keuangan (Gonzalez-Benito, dan Gonzalez-Benito, 2005). Di bidang manajemen, Gonzalez-Benito, dan Gonzalez-Benito (2005), menyarankan penggunaan tindakan subjektif karena Ukuran subjektif memudahkan pengukuran dimensi kinerja yang kompleks. Juga beberapa penulis ditemukan sulit untuk mendapatkan ukuran yang obyektif dan menganggap tindakan objektif tidak dapat diandalkan karena datanya bisa masuk

lingkup atau tidak dapat diperbarui (misalnya Pitt, Caruana, & Berthon, 1996). Bergantung pada pandangan serupa dalam literatur, Tindakan subyektif digunakan dalam penelitian ini dan peran strategi diferensiasi dan inovasi kinerja antara hubungan kinerja EO diselidiki. Data dikumpulkan langsung dari eksekutif perusahaan, yang menunjukkan bahwa data primer digunakan. Juga pertanyaan kinerja perusahaan dalam survei mencakup profitabilitas dan pertumbuhan pertanyaan yang berarti kinerja keuangan diukur

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H4: Semakin tinggi intensitas proaktif, maka intensitas kinerja semakin tinggi.*
- H5: Semakin tinggi intensitas orientasi pembelajaran maka intensitas kinerja semakin tinggi.*
- H6: Semakin tinggi intensitas berani mengambil resiko, maka intensitas kinerja semakin tinggi.*

Berdasarkan kajian teori tersebut diatas maka model empirik dalam penelitian ini adalah :



*Gambar : model empirik penelitian*

## BAB II METODE PENELITIAN

### 3.1. Pendekatan

Penelitian ini merupakan sebuah model yang memfokuskan pada identifikasi yang mendalam tentang pentingnya penerapan nilai-nilai Islam berupa taqwa, amanah dan ikhsan dalam orientasi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja UKM dengan menggunakan pendekatan uji hipotesis dan deskriptif analisis. Adapun metode dan teknik penelitian yang digunakan adalah penggabungan antara studi literature, observasi dan survey responden, metode wawancara dengan responden secara mendalam dan terstruktur (*indepth interview*). Keseluruhan metode tersebut akan dibantu dengan pendekatan alat SPSS untuk mempermudah dalam menganalisis data, khususnya analisis *partial least square*.

### 3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UKM batik di Jawa Tengah sebanyak 756 UKM. Jumlah sampel dalam penelitian diambil berdasarkan pendekatan Yamane (1973) adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2} = \frac{756}{1 + 756 \cdot (0.05^2)} = 250$$

- n = jumlah sampel
- N = ukuran populasi (756)
- D = presisi yang ditetapkan karena kesalahan pengambilan Sampel (5%)

Penentuan besarnya sampel serta teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *cluster sampling*, yaitu dengan membagi semua karyawan dalam *sampling frame* ke dalam kluster (kelompok atau kategori). Sampel yang dipilih setiap strata berdasarkan *proporsional simple random sampling*. Adapun tahapan pengambilan sampel, yaitu:

1. Besar sampel dari masing-masing pemilik UKM diambil berdasarkan distribusi dengan alokasi proporsional (Ferdinand, 2006) dengan rumus:

$$n_i = \frac{n}{N} \times N_i$$

$n_i$  = besarnya ukuran sampel

$N_i$  = banyaknya karyawan pada masing-masing Dinas/Badan

$N$  = jumlah populasi keseluruhan

$n$  = banyaknya karyawan yang dijadikan sampel

2. Jumlah responden yang diperoleh dari masing-masing Pemerintah kota/kabupaten selanjutnya akan dipilih dengan menggunakan *proporsional simple random sampling*. Langkah – langkah pengambilan sampel sebagai berikut:

1. Mencari daftar nama UKM batik yang ada di Jawa Tengah
2. Menyusun daftar nama pemilik UKM dan memberikan nomor urut pemilik UKM dimulai dari angka 1 s/d 250.
3. Dengan menggunakan *table of random numbers*, maka angka-angka dari setiap kolom kedua dan setiap baris terpilih sebagai sampel.

### 3.3. Cara Perolehan Data

Data diperoleh dengan melakukan wawancara dilengkapi dengan instrumen kuesioner. Kuesioner yang diajukan responden terdiri dari dua bagian meliputi bagian pertama terdiri dari gambaran umum responden seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, lama bekerja, posisi di organisasi serta pendapatan per bulan dan bagian kedua berupa pertanyaan tentang penerapan variabel penelitian seperti *nilai-nilai islam*, kebutuhan manifestasi, IWE dan orientasi kewirausahaan. Kuesioner yang diajukan terdiri dari pertanyaan tertutup, dimana responden memilih skor pilihan jawaban yang tersedia serta pertanyaan terbuka, dimana responden memberikan tanggapan terhadap pertanyaan yang diajukan.

### 3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

| Variabel          | Indikator  | Pengukuran  |
|-------------------|--|---|
| Nilai-nilai Islam | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketaqwaan</li> <li>• Tanggungjawab</li> <li>• ikhsan</li> </ul>   | Skala Likert dengan rentang nilai 1 s/d 5, nilai 1 sangat tidak setuju dan nilai 5 sangat setuju. |
| Proactive         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari peluang baru</li> <li>• Menanggapi perubahan</li> <li>• Mencari informasi baru</li> </ul>                               | Skala Likert dengan rentang nilai 1 s/d 5, nilai 1 sangat tidak setuju dan nilai 5 sangat setuju. |
| Orinetasi Belajar | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengetahuan baru</li> <li>• Memperbaiki kesalahan</li> <li>• Sharing pengetahuan</li> </ul>                                     | Skala Likert dengan rentang nilai 1 s/d 5, nilai 1 sangat tidak setuju dan nilai 5 sangat setuju. |
| Risk taking       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keberanian mengambil resiko pasar baru</li> <li>• Keberanian meluncurkan produk baru</li> <li>• Cara pemasaran baru.</li> </ul> | Skala Likert dengan rentang nilai 1 s/d 5, nilai 1 sangat tidak setuju dan nilai 5 sangat setuju. |
| Kinerja bisnis    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan</li> <li>• Pangsa pasar</li> <li>• Kepuasan</li> </ul>  | Skala Likert dengan rentang nilai 1 s/d 5, nilai 1 sangat tidak setuju dan nilai 5 sangat setuju. |

### 3.5. Metode Analisis

Analisis data menggunakan analisis faktor dan model *Partial Least Square* (PLS). Adapun langkah-langkah pengujian model empiris penelitian berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan software Smart PLS adalah sebagai berikut :

#### 1. Spesialisasi Model.

Analisis jalur hubungan antar variabel terdiri dari :

- a. *Outer model*, yaitu spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya , diasebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variabel manifestnya.
- b. *Inner Model* , yaitu spesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*), disebut juga inner relation, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau variabel manifest diskala *zero means* dan unit varian sama dengan satu sehingga parameter lokasi (parameter konstanta) dapat dihilangkan dari model. inner model yang diperoleh adalah :
- c. *Weight Relation*, estimasi nilai kasus variabel laten, inner dan outer model memberikan spesifikasi yang diikuti dalam estimasi algoritma PLS. Setelah itu diperlukan definisi *weight relation*. Nilai kasus untuk setiap variabel laten diestimasi dalam PLS yakni :

$$\begin{aligned}\xi_b &= \sum_{kb} W_{kb} X_{kb} \\ \eta_l &= \sum_{ki} W_{ki} X_{ki}\end{aligned}$$

Dimana  $W_{kb}$  dan  $W_{ki}$  adalah  $k$  *weight* yang digunakan untuk membentuk estimasi variabel laten endogen ( $\eta$ ) dan eksogen ( $\xi$ ). Estimasi variabel laten

adalah linier agregat dari indikator yang nilai *weight*nya didapat dengan prosedur estimasi PLS seperti dispesifikasi oleh *inner* dan *outer* model dimana variabel laten endogen (dependen) adalah  $\eta$  dan variabel laten eksogen adalah  $\xi$  (independent), sedangkan  $\zeta$  merupakan residual dan  $\beta$  dan  $\gamma$  adalah matriks koefisien jalur (*path coefficient*)

## 2. Evaluasi Model.

Model pengukuran atau *outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composit reliability* untuk blok indikator. Model struktural atau *inner model* dievaluasi dengan melihat presentase varian yang dijelaskan yaitu dengan melihat  $R^2$  untuk konstruk laten eksogen dengan menggunakan ukuran *Stone Gaiser Q Square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji t-statistik yang didapat lewat prosedur *bootstrapping*. *Outer model* dengan indikator refleksif masing-masing diukur dengan :

1. *Convergent Validity* yaitu korelasi antara skor indikator refleksif dengan skor variabel latennya. Untuk hal ini loading 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup, karena merupakan tahap awal pengembangan skala pengukuran dan jumlah indikator per konstruk tidak besar, berkisar antara 3 sampai 7 indikator.
2. *Discriminant Validity* yaitu pengukuran indikator refleksif berdasarkan *cross loading* dengan variabel latennya. Metode lain dengan membandingkan nilai *square root of Avarage Variance Extracted* (AVE) setiap kontruk, dengan



korelasi antar konstruk lainnya dalam model. Jika nilai pengukuran awal kedua metode tersebut lebih baik dibandingkan dengan nilai konstruk lainnya dalam model, maka dapat disimpulkan konstruk tersebut memiliki nilai *discriminant validity* yang baik, dan sebaliknya. Direkomendasikan nilai pengukuran harus lebih besar dari 0,50.

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{var}(\epsilon_i)}$$

3. *Composit Reliability*, adalah indikator yang mengukur konsistensi internal dari indikator pembentuk konstruk, menunjukkan derajat yang mengindikasikan *common latent (unobserved)*. Nilai batas yang diterima untuk tingkat reliabilitas komposit adalah 0,7 walaupun bukan merupakan standar absolut.

$$pc = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \text{var}(\epsilon_i)}$$

*Inner* model diukur menggunakan *R-square* variable laten eksogen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. *Q Square predictive relevante* untuk model konstruk, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square > 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance* , sebaliknya jika nilai Q-square ≤ 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevante*. Perhitungan Q-Square dilakukan dengan rumus :

$$Q^2 = 1 - (1-R1^2)(1-R2^2).....(1-Rp^2)$$

Dimana  $(1-R1^2)(1-R2^2).....(1-Rp^2)$  adalah R-square eksogen dalam model persamaan. Dengan asumsi data terdistribusi bebas (*distribution free*) , model

struktural pendekatan prediktif PLS dievaluasi dengan R-Square untuk konstruk endogen (dependen), Q-square test untuk relevansi prediktif , t-statistik dengan tingkat signifikansi setiap koefisien path dalam model struktural.

## BAB IV

### ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis hasil studi dapat diuraikan hasil analisis deskriptif Dengan menggunakan program SPSS. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan gambaran obyek penelitian yang mencakup karakteristik responden dan analisis statistik deskriptif jawaban responden. Tujuan analisis ini untuk mendukung dan memperdalam pembahasan. Analisis SPSS digunakan untuk mendapatkan data variabel laten guna kepentingan analisis lebih lanjut. Sedangkan analisis regresi digunakan untuk kepentingan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dalam bab sebelumnya.

#### 4.1. Identitas Responden

##### 4.1.1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

DESKRIPSI JENIS KELAMIN RESPONDEN

| No | Keterangan | Frekuensi | %   |
|----|------------|-----------|-----|
| 1  | Laki-laki  | 5         | 11  |
| 2  | Perempuan  | 40        | 89  |
|    | Total      | 45        | 100 |

Sumber : Data yang diolah Tahun 2019

Pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden yang menjadi subyek penelitian ini sebanyak 45 orang (100%), responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 5 orang (11%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 40 orang (89%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden yang menjadi subyek penelitian ini didominasi oleh kaum perempuan.

#### 4.1.2. Pendidikan Responden

Tabel 4.2  
DESKRIPSI PENDIDIKAN RESPONDEN

| No    | Keterangan | Frekuensi | %    |
|-------|------------|-----------|------|
| 1     | SMU/SMK    | 10        | 22,2 |
| 2     | SMP        | 15        | 33,3 |
| 3     | SD         | 20        | 44,5 |
| Total |            | 45        | 100  |

Sumber : Data yang diolah Tahun 2019

Pada Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden yang berpendidikan SMU/SMK sebanyak 10 orang (22,2%), yang berpendidikan SMP sebanyak 15 orang (33,3%) dan yang berpendidikan SD sebanyak 20 orang (44,5 %). Dapat disimpulkan juga bahwa tingkat pendidikan responden paling banyak berpendidikan SD

#### 4. 1. 3. Usia Responden

Tabel 4.3  
DESKRIPSI USIA RESPONDEN

| No    | Keterangan  | Frekuensi | %    |
|-------|-------------|-----------|------|
| 1     | 20-30 tahun | 4         | 8,8  |
| 2     | 31-40       | 15        | 33,3 |
| 3     | 41-50 tahun | 20        | 44,5 |
| 4     | 51-60 tahun | 6         | 13,4 |
| Total |             | 45        | 100  |

Sumber : Data yang diolah Tahun 2019

Pada Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa usia responden, pada saat ini sebanyak 20 orang (44,5 %), berusia antara 41 – 50 tahun dan sebanyak 15 orang (33,3%) berusia antara 31-40 tahun, yang berusia 51-60 tahun sebanyak 6 orang (13,4%) dan yang berusia 20 – 30 tahun sebanyak 4 orang (8,8%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas usia pemilik usaha antara 41-50 tahun.

## 4.2. Kondisi Usaha

Kondisi usaha responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis usaha yang dijalankan, status usaha, lokasi usaha, prioritas usaha, lama menjalankan usaha dan sumber modal awal.

### 4.2.1. Jenis usaha

Tabel 4.2.1  
JENIS USAHA RESPONDEN

| No    | Keterangan | Frekuensi | %    |
|-------|------------|-----------|------|
| 1     | Produksi   | 4         | 8,9  |
| 2     | Dagang     | 30        | 66,6 |
| 3     | Kuliner    | 11        | 24,5 |
| Total |            | 45        | 100  |

Sumber : Data yang diolah Tahun 2019

Pada Tabel 4.2.1 dapat dilihat bahwa jenis usaha responden, pada saat ini sebanyak 30 orang (66,6 %), usaha dagang, sebanyak 11 orang (25,5%) usaha kuliner dan sebanyak 4 orang (8,9%) usaha produksi Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas jenis usaha responden adalah usaha dagang.

### 4.2.2. Status usaha

Tabel 4.2.2  
STATUS USAHA RESPONDEN

| No    | Keterangan    | Frekuensi | %    |
|-------|---------------|-----------|------|
| 1     | Milik sendiri | 40        | 88,9 |
| 2     | Sewa          | 5         | 11,1 |
| Total |               | 45        | 100  |

Sumber : Data yang diolah Tahun 2019

Pada Tabel 4.2.2 dapat dilihat bahwa status usaha responden, pada saat ini sebanyak 40 orang (88,9 %), usaha milik sendiri, sebanyak 5 orang (11,1%)

usaha sewa Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas status usaha responden adalah usaha milik sendiri.

### 4.3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel-Variabel Penelitian

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan antara lain faktor internal, faktor eksternal, hambatan kemitraan, kapabilitas inovasi dan kinerja. Analisis ini dilakukan dengan membuat kelompok interval ke dalam 3 kategori, yaitu tinggi, sedang dan rendah. Adapun teknik pembuatan kelompok interval dilakukan dengan mencari lebar kelas interval yang diperoleh dari skor tertinggi (5) dikurangi skor terendah (1) dibagi 3 kategori, sehingga diperoleh lebar kelas interval 1,3. Selanjutnya berdasar lebar kelas interval dapat disusun kategori nilai sebagai berikut:

Skor 1,0 – 2,39 = rendah

Skor 2,4 – 3,79 = sedang

Skor > 3,8 = tinggi

#### 4.3.1 Deskripsi Konstruksi Nilai-nilai Islam (X<sub>1</sub>)

Konstruksi faktor nilai-nilai Islam terdiri dari empat indikator, dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5.1.1  
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL NILAI-NILAI ISLAM

| Indikator     | Sangat tidak setuju | Tidak setuju | Kurang Setuju | Setuju | Sangat setuju | Mean |
|---------------|---------------------|--------------|---------------|--------|---------------|------|
|               | (%)                 | (%)          | (%)           | (%)    | (%)           |      |
| Ketaqwaan     | 2,5                 | 1,5          | 2,0           | 34,7   | 59,4          | 4,47 |
| Tanggungjawab | 0,5                 | 2,5          | 5,4           | 60,4   | 31,2          | 4,19 |
| ikhlas        | 1,0                 | 5,0          | 10,9          | 57,4   | 25,7          | 4,02 |

Sumber : Data yang diolah Tahun 2019

Pada Tabel 5.1.1 menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa nilai ketaqwaan sangat penting dalam setiap aktivitas bisnis sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang merasa nilai ketaqwaan tidak penting dalam aktivitas bisnis sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang nilai ketaqwaan sangat penting dalam aktivitas bisnis setiap hari.

Hasil jawaban responden tentang tanggungjawab dalam melakukan bisnis menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 31,2%, yang menyatakan setuju 60,4%, responden yang kurang setuju sebesar 5,4%. Responden yang merasa tanggungjawab kurang diterapkan di tempat kerja sebesar 3%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,19 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden telah mempraktekkan rasa tanggungjawa dalam bekerja.

Hasil jawaban responden tentang ikhsan mempengaruhi keputusan bekerja menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 25,7%, yang menyatakan setuju 57,4%, responden yang kurang setuju sebesar 10,9%. Responden yang merasa kurang ikhsan diterapkan di tempat kerja sebesar 6%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,02 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa keyakinan religius mempengaruhi mayoritas responden terkait dengan keputusan bekerja.

### 4.3.2 Deskripsi Konstruk Proactive ( $X_1$ )

Konstruk faktor internal terdiri dari empat indikator, dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5.1.2  
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL PROACTIVE

| Indikator              | Sangat tidak setuju | Tidak setuju | Kurang Setuju | Setuju | Sangat setuju | Mean |
|------------------------|---------------------|--------------|---------------|--------|---------------|------|
|                        | (%)                 | (%)          | (%)           | (%)    | (%)           |      |
| Mencari peluang baru   | 2,0                 | 5,9          | 13,4          | 42,1   | 36,6          | 4.05 |
| Menanggapi perubahn    | 1,5                 | 5,4          | 17,8          | 59,4   | 15,8          | 3,83 |
| Mencari informasi baru | 2,5                 | 1,0          | 11,9          | 59,4   | 25,2          | 4,04 |

Sumber : Data yang diolah Tahun 2019

Pada Tabel 5.2.1 menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju selalu mencari peluang baru untuk meningkatkan kinerja bisnis sangat setuju sebesar 36,6%, yang menyatakan setuju 42,1%, responden yang kurang setuju sebesar 13,4%. Responden yang merasa tidak berusaha mencari peluang baru untuk meningkatkan kinerja masa lalu sebesar 7,9%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,05 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden berusaha meningkatkan kinerja bisnis dengan mencari peluang baru.

Hasil jawaban responden tentang menanggapi perubahan dalam upaya mempraktekkan orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 34,2%, yang menyatakan setuju 55%, responden yang kurang setuju sebesar 6,9%. Responden yang merasa kurang menanggapi perubahan sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,18 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa menanggapi adanya perubahan dalam upaya mempraktekkannya orientasi kewirausahaan sangat penting.



Hasil jawaban responden tentang mencari informasi baru dalam upaya mempraktekkan orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 34,2%, yang menyatakan setuju 55%, responden yang kurang setuju sebesar 6,9%. Responden yang merasa kurang mencari informasi sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,18 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mencari informasi baru dalam upaya mempraktekkan orientasi kewirausahaan sangat penting.

Tabel 5.2.2  
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL ORIENTASI  
PEMBELAJARAN

| Indikator             | Sangat tidak setuju | Tidak setuju | Kurang Setuju | Setuju | Sangat setuju | Mean |
|-----------------------|---------------------|--------------|---------------|--------|---------------|------|
|                       | (%)                 | (%)          | (%)           | (%)    | (%)           |      |
| Pengetahuan baru      | 13,9                | 18,3         | 34,7          | 27,7   | 5,4           | 2,93 |
| Memperbaiki kesalahan | 2,0                 | 2,0          | 6,4           | 52,5   | 37,1          | 4,21 |
| Sharing pengetahuan   | 20,8                | 35,6         | 31,7          | 5,9    | 5,9           | 2,41 |

*Sumber: data yang diolah*

Pada Tabel 5.2.2. menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa pengetahuan baru sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang merasa pengetahuan baru tidak penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang pengetahuan baru sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan.

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa memperbaiki suatu kesalahan sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang merasa memperbaiki kesalahan tidak penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 4%. Berdasarkan

perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang memperbaiki suatu kesalahan sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan.

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa sharing pengetahuan baru sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang sharing pengetahuan baru tidak penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang sharing pengetahuan baru sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan.

Tabel 5.2.3  
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL RISK TAKING

| Indikator                          | Sangat tidak setuju | Tidak setuju | Kurang Setuju | Setuju | Sangat setuju | Mean |
|------------------------------------|---------------------|--------------|---------------|--------|---------------|------|
|                                    | (%)                 | (%)          | (%)           | (%)    | (%)           |      |
| Keberanian mengambil resiko.       | 1,5                 | 4,5          | 7,9           | 53,5   | 32,7          | 4,11 |
| Keberanian meluncurkan produk baru | 2,0                 | 0,5          | 3,5           | 42,6   | 51,5          | 4,41 |
| Cara pemasaran baru.               | 3,5                 | 4,0          | 15,8          | 45,5   | 31,2          | 3,97 |

Pada Tabel 5.2.3. menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa keberanian mengambil resiko sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang merasa keberanian mengambil resiko tidak penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa

mayoritas responden memandang keberanian mengambil resiko sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan.

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa keberanian meluncurkan produk baru sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang merasa keberanian meluncurkan produk baru tidak penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang keberanian meluncurkan produk baru sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan.

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa cara pemasaran baru sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang cara pemasaran baru tidak penting dalam aktivitas kewirausahaan sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang cara pemasaran baru sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan.

Tabel 5.2.4  
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL KINERJA

| Indikator    | Sangat tidak setuju | Tidak setuju | Kurang Setuju | Setuju | Sangat setuju | Mean |
|--------------|---------------------|--------------|---------------|--------|---------------|------|
|              | (%)                 | (%)          | (%)           | (%)    | (%)           |      |
| Pertumbuhan  | 1,5                 | -            | 3,0           | 60,9   | 34,7          | 4,27 |
| Pangsa pasar | 2,0                 | 1,0          | 2,0           | 46     | 49            | 4,39 |
| Kepuasan     | 2,0                 | 2,5          | 7,9           | 59,4   | 28,2          | 4,09 |

Sumber: data yang diolah 2019

Pada Tabel 5.2.4. menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa pertumbuhan pasar sangat penting dalam aktivitas kinerja bisnis

sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang merasa pertumbuhan pasar tidak penting dalam aktivitas kinerja bisnis sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang pertumbuhan pasar sangat penting dalam peningkatan kinerja bisnis.

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa pangsa pasar sangat penting dalam upaya peningkatan kinerja bisnis sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang merasa pangsa pasar tidak penting dalam upaya peningkatan kinerja bisnis sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang pangsa pasar sangat penting dalam upaya peningkatan kinerja bisnis,

Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju bahwa kepuasan pelanggan sangat penting dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis sebesar 59,4%, yang menyatakan setuju 34,7%, responden yang kurang setuju sebesar 2%. Responden yang kepuasan pelanggan tidak penting dalam upaya peningkatan kinerja bisnis sebesar 4%. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata jawaban responden diperoleh nilai 4,47 dan bila skor rata-rata dimasukkan kedalam kelas interval, berada kategori tinggi artinya bahwa mayoritas responden memandang kepuasan pelanggan sangat penting dalam upaya peningkatan kinerja bisnis.

#### **4. 4. Hasil Analisis PLS**

##### **4.4.1 Hasil Outer Model**

Model pengukuran dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *convergent* serta *composite reliability* untuk block indikator. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi

antara *item score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Indikator dikatakan *valid* bila nilai *loading factor* lebih dari 0,5 atau nilai T statistik lebih besar dari T Tabel 1,6711 ( $\alpha = 5\%$ ). Hasil selengkapnya ditunjukkan pada Tabel 5.37.

Tabel 5.3.1  
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INDIKATOR VARIABEL  
NILAI-NILAI ISLAM

| Indikator | Uji Validitas |             |       | Composite Reliability |
|-----------|---------------|-------------|-------|-----------------------|
|           | Loading       | T-Statistic | Ket   |                       |
| R1        | 0,782         | 6,728       | valid | 0,875                 |
| R2        | 0,808         | 8,709       | valid |                       |
| R3        | 0,764         | 8,130       | valid |                       |

Berdasarkan Tabel 5.3.1 hasil dari uji *convergent validity*, 3 indikator nilai-nilai Islam memiliki nilai *loading factor* seluruh indikator lebih dari 0,5 dan nilai T statistik seluruh indikator lebih besar dari T Tabel sebesar 1,6711, sehingga seluruh indikator nilai-nilai Islam valid. Urutan indikator terkuat hingga terlemah adalah X1.1 (taqwa), X.1.2 (Tanggungjawab), X1.3 (ikhsan).

Berdasarkan uji *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk, menunjukkan hasil yang memuaskan yaitu sebesar 0,875, artinya bahwa konstruk nilai-nilai Islam dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama.

Tabel 5.12  
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INDIKATOR VARIABEL  
PROACTIVE

| Indikator | Uji Validitas |             |       | Composite Reliability |
|-----------|---------------|-------------|-------|-----------------------|
|           | Loading       | T-Statistic | Ket   |                       |
| P1        | 0,554         | 2,489       | valid | 0,791                 |
| P2        | 0,747         | 7,473       | valid |                       |
| P3        | 0,708         | 2,560       | valid |                       |

Berdasarkan Tabel 5.37 hasil dari uji *convergent validity*, 3 indikator proaktif memiliki nilai *loading factor* seluruh indikator lebih dari 0,5 dan nilai T statistik seluruh indikator lebih besar dari T Tabel sebesar 1,6711, sehingga seluruh indikator nilai-nilai Islam valid. Urutan indikator terkuat hingga terlemah adalah X1.1 (mencari peluang baru), X.1.2 (menanggapi perubahan), X1.3 (mencari informasi baru).

Berdasarkan uji *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk, menunjukkan hasil yang memuaskan yaitu sebesar 0,791, artinya bahwa konstruk proaktif dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama.

Tabel 5.13  
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INDIKATOR VARIABEL  
RISK TAKING

| Indikator | Uji Validitas |             |       | Composite Reliability |
|-----------|---------------|-------------|-------|-----------------------|
|           | Loading       | T-Statistic | Ket   |                       |
| KK1       | 0,614         | 2,471       | valid | 0,765                 |
| KK2       | 0,839         | 5,611       | valid |                       |
| KK4       | 0,703         | 2,770       | valid |                       |

Berdasarkan Tabel 5.13 hasil dari uji *convergent validity*, 3 indikator risk taking memiliki nilai *loading factor* seluruh indikator lebih dari 0,5 dan nilai T statistik seluruh indikator lebih besar dari T Tabel sebesar 1,6711, sehingga seluruh

indikator nilai-nilai Islam valid. Urutan indikator terkuat hingga terlemah adalah X1.1 (keberanian mengambil resiko), X.1.2 (berani merebut pasar baru), X1.3 (sharing pengetahuan).

Berdasarkan uji *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk, menunjukkan hasil yang memuaskan yaitu sebesar 0,765, artinya bahwa konstruk risk taking dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama.

Tabel 5.16  
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INDIKATOR VARIABEL  
ORINTASI PEMBELAJARAN

| Indikator | Uji Validitas |             |       | Composite Reliability |
|-----------|---------------|-------------|-------|-----------------------|
|           | Loading       | T-Statistic | Ket   |                       |
| OP1       | 0,487         | 2,786       | valid | 0,879                 |
| OP2       | 0,296         | 2,193       | valid |                       |
| OP 3      | 0,394         | 2,580       | valid |                       |

Berdasarkan Tabel 5.37 hasil dari uji *convergent validity*, 3 indikator orientasi pembelajaran memiliki nilai *loading factor* seluruh indikator lebih dari 0,5 dan nilai T statistik seluruh indikator lebih besar dari T Tabel sebesar 1,6711, sehingga seluruh indikator nilai-nilai Islam valid. Urutan indikator terkuat hingga terlemah adalah X1.1 (pengetahuan baru), X.1.2 (memperbaiki kesalahan), X1.3 (sharing pengetahuan).

Berdasarkan uji *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk, menunjukkan hasil yang memuaskan yaitu sebesar 0,879, artinya bahwa konstruk orientasi pembelajaran dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama.

Tabel 5.16  
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INDIKATOR VARIABEL  
KINERJA BISNIS

| Indikator | Uji Validitas |             |       | Composite Reliability |
|-----------|---------------|-------------|-------|-----------------------|
|           | Loading       | T-Statistic | Ket   |                       |
| KB1       | 0,487         | 2,786       | valid | 0,879                 |
| KB2       | 0,296         | 2,193       | valid |                       |
| KB 3      | 0,394         | 2,580       | valid |                       |

Berdasarkan Tabel 5.37 hasil dari uji *convergent validity*, 3 indikator kinerja bisnis memiliki nilai *loading factor* seluruh indikator lebih dari 0,5 dan nilai T statistik seluruh indikator lebih besar dari T Tabel sebesar 1,6711, sehingga seluruh indikator kinerja bisnis valid. Urutan indikator terkuat hingga terlemah adalah X1.1 (pertumbuhan), X1.2 (pangsa pasar), X1.3 (kepuasan).

Berdasarkan uji *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk, menunjukkan hasil yang memuaskan yaitu sebesar 0,879, artinya bahwa konstruk kinerja bisnis dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama.

#### 4.4.2 Hasil Inner Model (Model Struktural)

Inner model menggambarkan hubungan antar variable laten berdasarkan pada *substantive theory*. Hasil tampilan *output bootstrapping* berupa grafik hubungan antar variabel faktor internal, faktor eksternal, hambatan kemitraan dan kinerja ditunjukkan pada gambar 5.1.



Hasil pengujian hipotesis hubungan antara variabel ditunjukkan pada Tabel 5.15

Tabel 5.15  
HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

| Hipotesis | Pengaruh antar Variabel                    | Koefisien Estimate | t Statistik | Keputusan  |
|-----------|--|--------------------|-------------|------------|
| 1         | NILAI-NILAI ISLAM > PROACTIVE              | 0,217              | 2,827       | Signifikan |
| 2         | NILAI-NILAI ISLAM > ORIENTASI PEMBELAJARAN | 0,169              | 1,978       | Signifikan |
| 3         | NILAI-NILAI ISLAM > RISK TAKING            | 0,608              | 6,975       | Signifikan |
| 4         | PROACTIVE > KINERJA                        | 1,386              | 3,565       | Signifikan |
| 5         | ORIENTASI PEMBELAJARAN > KINERJA           | 0,561              | 4,658       | signifikan |
| 6         | RISK TAKING > KINERJA                      | 0,663              | 7,587       | Signifikan |

Sumber : Data yang diolah Tahun 2010

Keterangan :  $t(0,05, 95) = 1.6711$

Berdasarkan hasil perhitungan uji PLS pada Tabel 5.15 yang menguji hipotesis pertama yaitu pengaruh nilai-nilai islam terhadap keproaktifan diperoleh hasil uji nilai t statistik sebesar 2,827 dan t-Tabel sebesar 1,6711. Sedangkan nilai koefisien estimasi ( $\beta$ ) sebesar 0,217. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel nilai islam terhadap keproaktifan, artinya bahwa semakin baik nilai-nilai islam yang dimiliki oleh UKM baik aspek ketaqwaan, tanggungjawab dan ikhsan, maka akan semakin

baik pula perilaku keproaktifan perusahaan baik dari aspek pemasaran, pengembangan produk baru, produksi dan operasi.

Faktor nilai-nilai islam berpengaruh signifikan dan positif terhadap orientasi pembelajaran yang ditunjukkan oleh nilai t statistik sebesar 1,978 dan t-Tabel sebesar 1,6711. Sedangkan nilai koefisien estimasi ( $\beta$ ) sebesar 0,169. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik nilai-nilai islam yang diterapkan oleh perusahaan maka semakin baik pula orientasi pembelajaran perusahaan.

Nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan dan positif terhadap risk taking yang ditunjukkan oleh nilai t statistik sebesar 6,975 dan t-Tabel sebesar 1,6711. Sedangkan nilai koefisien estimasi ( $\beta$ ) sebesar 0,608. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik nilai-nilai islam yang diterapkan oleh perusahaan, semakin baik pula perilaku risk taking perusahaan.

Proaktif berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan yang ditunjukkan oleh nilai t statistik sebesar 3,565 dan t-Tabel sebesar 1,6711. Sedangkan nilai koefisien estimasi ( $\beta$ ) sebesar 1,386. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik keproaktifan yang dilakukan perusahaan, semakin baik kinerja perusahaan.

Orientasi pembelajaran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan yang ditunjukkan oleh nilai t statistik sebesar 7,587 dan t-Tabel sebesar 1,6711. Sedangkan nilai koefisien estimasi ( $\beta$ ) sebesar 0,663. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi orientasi pembelajaran perusahaan, semakin baik pula kinerja perusahaan.

Risk taking yang dilakukan perusahaan berpengaruh signifikan dan positif

terhadap kinerja perusahaan yang ditunjukkan oleh nilai t statistik sebesar 7,587 dan t-Tabel sebesar 1,6711. Sedangkan nilai koefisien estimasi ( $\beta$ ) sebesar 0,663. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi risk taking perusahaan, semakin baik pula kinerja perusahaan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian hasil penelitian yang telah dilakukan dibab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Responden yang menjadi obyek penelitian ini adalah Usaha Kecil dan Menengah yang bergerak dalam bidang usaha perdagangan dengan karakteristik usahan sendiri.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan dapat diterangkan sebagai berikut:  
hipotesis pertama : ada hubungan yang positif dan signifikan antara nilai-nilai islam dengan perilaku proaktif dapat diterima, sehingga hipotesis pertama terbukti. Hipotesis kedua yang menyatakan ada hubungan antara nilai-nilai islam dengan orientasi pembelajaran juga menunjukkan temuan yang sama, sehingga hipotesis kedua dapat terbukti. Hipotesis ketiga : ada hubungan yang positif dan signifikan antara nilai-nilai islam dengan risk taking. Dalam penelitian ditemukan bahwa hubungan yang positif dan signifikan antara nilai-nilai islam dan risk taking terbukti, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima. Hipotesis keempat; ada hubungan yang positif dan signifikan antara proaktif dan kinerja bisnis. Hasil penelitian ditemukan bahwa proaktif dan kinerja bisnis memiliki hubungan yang positif dan signifikan, sehingga hipotesis keempat terbukti. Selanjutnya hipotesis kelima : ada hubungan yang positif dan signifikan orientasi pembelajaran dan kinerja bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran dan kinerja bisnis menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan, sehingga hipotesis kelima dalam penelitian ini terbukti. Hipotesis keenam : ada hubungan yang positif dan signifikan antara risk taking dan kinerja bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risk taking memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, sehingga hipotesis keenam terbukti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alford B. Silver Lawrence S dan Sean Dwiyer, 2006, Learning and Performance goal orientation of salespeople Revised : The Role of Performance – Approach and Performance Advaidence Oriention Journal of Personal and sales Management , 36, 27-38
- Forber, DP, 2008, *Managerial determinant of decission speed in new ventures*, Strategic Management Journal, 26 (9) :355-366
- Khadduri, Majid. 1984. *The Islamic Conception of Justice*. Zoerni, H. Mochtar dan Joko S. Kahhar (Penerjemah). Teologi Keadilan, Perspektif Islam. Risalah Gusti. Surabaya.
- Kahhar, Joko S. dan Abu R. Fathillah. 2007. *Glosarium al-Qur'an dan Ragam Istilah dalam Islam*. Sajadah Press. Yogyakarta.
- Lofian Budi dan Sisno Riyoko, 2013, *Identifikasi Faktor Ekternal dan Faktor Internal yang berpengaruh terhadap Kinerja UKM Mebel Rotan di Jepara*, “Jurnal Disprotek UNISNU hal 8-15
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (1996), ‘*Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*’, Academy of Management Review, 21(1): 135–173
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G.(2001), *Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle*. Journal of Business Venturing, 16, 429-451.
- Miller, D. (1983), “The correlates of entrepreneurship in three types of firms”, Management Science, Vol. 29 No. 7, pp. 770-90.
- Qardhawi, Yusuf. 2004. *Ikhlas; Sumber Kekuatan Islam*. Gema Insani. Jakarta.
- Rauch, A, Wikland J. Lumpkin, G.T. & Frese, 2009, *Entepreneurial orinetation and business performance ; An assessment of past reseach and Suggestion for the future*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, (5) 761-786
- Sisno R., 2009, “*Studi Penentu Daya Saing Mebel terhadap Investasi di Kabupaten Jepara*,” Hasil Penelitian, STTDNU, Jepara.
- \_\_\_\_\_, 2012, “*Identifikasi karakteristik dan Strategi Pengembangan Usaha Seni Patung dan Ukir Mulyoharjo Jepara*,” Hasil Penelitian STTDNU Jepara.

- Shihab, M. Quraish. 1997. *Wawasan al-Quran; Tafsir Maudhu'I atas Pelbagai Persoalan Umat*. Mizan. Bandung.
- Sumarna, Cecep. 2006. *Filsafat Ilmu dari Hakikat menuju Nilai*. Pustaka Bani Quraisy. Bandung
- Wiklund, J., 1999. The sustainability of the entrepreneurial orientation – performance relationship. *Entrepreneurship Theor. Pract.* 24 (1), 37 – 48
- Wiklund, J. and Shepherd, D. (2003), Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24: 1307–1314.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*. 20(1), 71-89.
- Zahra, S., and Covin, J. G. (1995), *Contextual influences on the corporate entrepreneurship—performance relationship: A longitudinal analysis*. *Journal of Business Venturing* 10:43–58.

# LAMPIRAN

Lampiran 2. Biodata ketua dan anggota tim pengusul

**BIODATA KETUA PENELITI**

A. Identitas Diri

|    |                               |  |
|----|-------------------------------|--|
| 1  | Nama Lengkap (dengan gelar)   | Sisno Riyoko, SE. MM   |
| 2  | Jenis Kelamin                 | Laki-laki.   |
| 3  | Jabatan Fungsional            | Lektor   |
| 4  | NIK                           | 19680512.96/007  |
| 5  | NIDN                          | 0612056802   |
| 6  | Tempat dan Tanggal Lahir      | Jepara, 12 Mei 1969  |
| 7  | Email                         | <a href="mailto:riyoko.lppm@gmail.com">riyoko.lppm@gmail.com</a> |
| 8  | Nomor Telepon/HP              | 081390271398   |
| 9  | Alamat Kantor                 | Jl. Tamansiswa Tahunan Jepara                                    |
| 10 | Nomor Telepon/Fax             | 0291 595477  |
| 11 | Lulusan yang telah dihasilkan | S1 = 240 orang    S2= 0    S3 = 0                                |
|    |                               | 1/ Manajemen Pemasaran   |
| 13 | Mata Kuliah yang diampu       | 1. Manajemen Strategi  |
|    |                               | 2. Manajemen Produksi  |

B. Riwayat Pendidikan

|                               | S1  | S2   |
|-------------------------------|---|--|
| Nama Perguruan Tinggi         | STIE WIDYA WIWAHA<br>Yogyakarta   | UNISBANK Semarang  |
| Bidang Ilmu                   | Manajemen   | Manajemen  |
| Tahun Masuk Lulus             | 1992-1996   | 2001- 2003   |
| Juduk Skripsi/Tesis/Desertasi | Pengaruh Saluran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PR Gentong Gotri Semarang | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Sepeda Motor AHHAS Jepara. |
| Nama Pembimbing               | Drs. Irawan MBA   | Purwanto Waluyo, SE. M.Si  |

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 tahun Terakhir

| No | Tahun | Judul Penelitian   | Pendanaan      |             |
|----|-------|--|----------------|-------------|
|    |       |  | Sumber         | Jumlah (Rp) |
| 1  | 2008  | Pengaruh Lingkungan Toko dan Jumlah Pengunjung Terhadap Jumlah Pembeli di Indomaret Jepara | STTDNU Jepara  | 2,500.000   |
| 2  | 2009  | Studi Penentu Daya Saing Mebel Terhadap Investasi di Kabupaten Jepara                      | Bappeda Jepara | 42.000.000  |
| 3  | 2010  | Optimalisasi Kinerja Karyawan  | Bappeda        | 30.000.000  |



|    |      |   |                    |            |
|----|------|---|--------------------|------------|
|    |      | Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Jepara   | Jepara             |            |
| 4  | 2011 | Faktor-faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Kerajinan Tenun Troso di Jepara                                       | Kopetis Wilayah VI | 5,500.000  |
| 5  | 2012 | Identifikasi Karakteristik dan Strategi Pengembangan Usaha Seni Patung dan Ukir Mulyoharjo Jepara             | STTDNU Jepara      | 5.500.000  |
| 6  | 2013 | Identifikasi Faktor Eksternal dan Faktor Internal yang berpengaruh terhadap Kinerja UKM Mebel Rotan di Jepara | Dikti              | 12.500.000 |
| 7  | 2014 | Dampak Pemberian Kredit Program P2KP terhadap Pengembangan Usaha  | Mandiri            | 3.000.000  |
| 8  | 2015 | Model Neural Network Berbasis Adabost untuk prediksi Bisnis Forex   | Dosen Pemula Dikti | 12.500.000 |
| 9  | 2016 | Model Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM di Jepara    | Ristek Dikti       | 50.000.000 |
| 10 | 2017 | Model Penguatan Daya Saing sebagai upaya Peningkatan Kinerja UKM Mebel di Jepara                              | Ristek Dikti       | 50.000.000 |

#### D. Pengalaman Pengabdian Masyarakat dalam 5 tahun terakhir

| No | Tahun | Judul Pengabdian Kepada Masyarakat  | Pendanaan               |             |
|----|-------|---|-------------------------|-------------|
|    |       |   | Sumber                  | Jumlah (Rp) |
| 1  | 2009  | Pelatihan Manajemen Koperasi di Kecamatan Kembang   | Dinas Koperasi Jepara   | 4.000.000   |
| 2  | 2009  | Pelatihan Manajerial dan Teknis Pengelolaan IKM Mebel dan Ukir di Sentra Industri Multoharjo jepara                               | Kopertis VI Jawa Tengah | 4.000.000   |
| 3  | 2010  | Pelatihan Manajemen Pemasaran Berbasis Informasi Teknologi di Sentra Industri Kerajinan Patung dan Sovenir Kawak Pakis Aji Jepara | STTDNU Jepara           | 3.000.000   |
| 4  | 2011  | Pelatihan Peningkatan Nilai Tambah Mebel Ukir dan Kerajinan   | Disperindag Jawa Tengah | 30.000.000  |

A. Publikasi Artikel 5 Tahun Terakhir

| No | Judul Artikel Ilmiah  | Nama Jurnal                               | Volume, nama tahun          |
|----|---|---|-----------------------------|
| 1  | Studi Penentu Daya Saing Mebel terhadap Investasi di Kabupaten Jepara   | Dinamika Ekonomi dan Bisnis STIENU Jepara | Volume 9 Nomor 1 tahun 2012 |
| 2  | Identifikasi Faktor eksternal dan Faktor Internal yang berpengaruh terhadap Kinerja UKM Mebel Rotan di Jepara | Disprotek UNISNU Jepara                   | Volume 5 Nomor 2 tahun 2014 |
| 3  |   |   |                             |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya dibuat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam penelitian.

Jepara, 12 Pebruari 2019

Peneliti

Sisno Riyoko, SE., M.M