

ANALISIS KINERJA USAHA KECIL DI KOTA MAKASSAR

Rukaiyah*)

***Abstract :** In Indonesia Small businesses have a strategic position in the economy occurs mainly when the monetary and economic crisis in 1997/1998. According Mulyoutami et al . (2003) these types of businesses capable of facing exposure to storms of crisis and also has the ability to recover more quickly than larger business units. Small Business Personality significantly positive effect on the performance of Small Businesses amounted to 0.361 % . The higher the personality will be followed by an increase in the performance of Small Business in Makassar. Small Business Innovation significantly positive effect on the performance of Small Businesses amounted to 0.340 % . The higher the Small Business innovation will be followed by an increase in the performance of Small Business in Makassar*

***Keywords :** Personality, innovation and performance of Small Business*

PENDAHULUAN

Di Indonesia Usaha kecil telah menempati posisi strategis dalam perekonomian utamanya saat terjadi krisis moneter dan ekonomi pada tahun 1997/1998. Menurut Mulyoutami dkk. (2003) jenis usaha ini mampu menghadapi terpaan badai krisis dan juga memiliki kemampuan pulih lebih cepat dibandingkan dengan unit usaha yang lebih besar.

Keberadaan usaha kecil telah dirasakan sangat berarti hal ini dapat dilihat ketika bangsa ini dilanda krisis yang berdampak pada pembangunan di Provinsi Sulawesi Selatan dimana pada saat banyak pengusaha banyak gulung tikar karena tingginya pada ketergantungan pada pinjaman luar negeri serta tingginya suku bunga banyak membuat usaha usaha yang morat marit semua itu diselamatkan oleh kehadiran, usaha kecil. Usaha yang menghidupi sebagian besar rakyat tetap tegar dan sustain menghadapi krisis ekonomi karena tidak banyak ketergantungan pada pinjaman luar negeri, dan bahkan justru sebagian dari mereka menikmati adanya dampak dari krisis ekonomi terutama yang

berorientasi pada pasar luar negeri atau ekspor.

Berdasarkan informasi yang didapatkan saat pra survey ditemukan bahwa penyebab pengusaha usaha kerja sulit berkembang adalah sebagian pelaku usaha memiliki kepribadian yang cenderung pasrah dan kurang optimal untuk mencapai target yang telah dicita-citakannya. Mereka masih memakai pedoman program rencana yang telah dibuat tapi belum tentu hasilnya sama dengan program tersebut, sehingga langkah-langkah yang mereka jalankan untuk mencapai target belum bisa maksimal. Padahal menurut Miner (1996), tipe kepribadian wirausaha yang menyebabkan keberhasilan usaha salah satunya adalah tipe personal achiever yaitu memiliki kebutuhan berprestasi, memiliki kebutuhan akan umpan balik, memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan. Selain itu beberapa pengusaha usaha kecil memiliki karakter pelaku usaha biasanya sulit menerima masukan dari orang lain dan tidak mau belajar untuk meningkatkan wawasan maupun kemampuan mereka dalam memajukan usaha. Sehingga dengan bekal pengetahuan yang seadanya, akhirnya mereka membuat sebuah

keputusan yang tidak jarang merugikan perusahaan yang dijalkannya. Dan ini bertentangan dengan tipe kepribadian wirausaha yang menyebabkan keberhasilan usaha menurut Miner (1996), utamanya tipe *the expert idea generator* dimana tipe ini menyukai gagasan-gagasan. Suka akan gagasan mencakup banyak unsur, seperti antusiasme, memperlihatkan perhatian terhadap pendapat orang lain.

Kendala lain yang dihadapi oleh usaha kecil adalah yang berkaitan dengan inovasi produk dimana usaha kecil belum mampu merespon perubahan pasar sehingga tidak mampu mengoptimalkan pemasaran. Inovasi merupakan salah satu aspek penentu terhadap kinerja perusahaan, apalagi dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat saat ini.

Perusahaan yang mampu berinovasi akan memungkinkannya tetap bertahan dalam persaingan dan memperoleh keuntungan yang berarti. Inovasi merupakan pendorong pertumbuhan perusahaan, mengarahkan keberhasilan di masa depan dan penggerak perusahaan untuk tetap bertahan dalam ekonomi global. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan komersial di dunia.

MASALAH POKOK

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa masalah pokok penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh dari faktor kepribadian, dan faktor inovasi secara persial terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar
2. Apakah terdapat pengaruh dari faktor kepribadian, dan faktor inovasi, secara simultan terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar

3. Manakah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian pada pendahuluan serta pokok permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis terdapat pengaruh dari faktor kepribadian, dan faktor inovasi secara persial terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar
2. Untuk mengetahui dan menganalisis terdapat pengaruh dari faktor kepribadian, dan faktor inovasi, secara simultan terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar
3. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Teori Kepribadian Usaha

Seringkali kita menganggap benar bahwa kepribadian seseorang merupakan bagian dasar pikiran seseorang. Pengaruh nilai-nilai individu dalam proses perencanaan strategik sangat besar, karena : pertama, dalam menetapkan sasaran, pertimbangan nilai perlu sekali mengenai pemilihan menetapkan sasaran, pertimbangan nilai perlu mengenai pemilihan kesempatan dan penentuan prioritas. Kedua, dalam mengembangkan alternative, orang perlu mempertimbangkan nilai mengenai berbagai macam kemungkinan. Ketiga, apabila memilih alternative, nilai-nilai orang yang mengambil keputusan mempengaruhi alternative manakah yang akan dipilih, keempat apabila melaksanakan keputusan pertimbangan nilai sangat perlu dalam

memilih cara pelaksanaannya. Kelima, dalam tahap evaluasi dan pengendalian, pertimbangan nilai tidak dapat dihindari apabila mengambil tindakan korektif (Gibson, Ivancevich, dan Donnelly, 1990).

Rue dan Holland (1989) mengatakan bahwa para manajer dan para perumus strategi berperan besar dalam proses manajemen strategik, terutama pengaruh kepribadian dan nilai personalnya terhadap formulasi strategi, implementasi strategi, dan kinerja perusahaan. Kepribadian dan nilai personal manajer merupakan salah satu faktor dari banyak faktor lain yang mempengaruhi manajer dalam mengambil keputusan tentang lingkungan dan orientasi strategi bisnis yang dipilih.

Persepsi, nilai-nilai, kognisi, dan keyakinan pemilik/manajer memiliki pengaruh besar terhadap perilaku internal dan strategi perusahaan kecil. Keberhasilan dan/atau kegagalan merupakan akibat dari perilakuaneh (idiosyncratic) yang merupakan cermin dari keribadian para pemilik perusahaan kecil. Perilaku aneh (idiosyncratic), terutama kepribadian dari para pemilik/manajer perusahaan kecil. Pengaruh pemilik terhadap keberhasilan/ kegagalan suatu perusahaan merupakan topik-topik yang umum dikenal dalam literatur usaha kecil. Bagaimanapun, pengaruh perilaku tertentu dari para pemilik/manajer perusahaan kecil merupakan permulaan untuk diskusi mendalam dalam literatur dan praktisi usaha kecil.

Kegagalan atau keberhasilan perusahaan-perusahaan kecil sering kali bergantung pada perilaku aneh ((idiosyncratic) dari para pemilik perusahaan. Bagaimanapun, sedikit teoritis atau bahkan diskusi praktis tentang fenomena ini. Secara teoritis, karakteristik perilaku organisasi perusahaan kecil dapat dilihat sebagai

kombinasi tiga sumber pengaruh, yaitu (a) sifat lingkungan, (b) gaya efektif dari manajer/pemilik, dan (c) karakteristik keribadian dari pemilik. Sumber pengaruh (sphere of influences) ini menentukan karakteristik perilaku dan strategi pada perusahaan kecil.

Menurut Miner (1996), ada empat tipe kepribadian wirausaha, yaitu (1) *personal achiever*, (2) *supersalesperson*, (3) *real manager*, dan (4) *expert idea generation*.

Menurut Miner (1996) tipe kepribadian wirausaha dapat menentukan bidang usaha yang akan membawanya kepada keberhasilan. Berdasarkan penelitiannya, ia menemukan bahwa seorang wirausaha akan berhasil bila ia mengikuti *achieving route* tertentu sesuai tipe kepribadiannya.

1. Personal achiever akan sukses bila terus-menerus mengatasi rintangan dan menghadapi krisis, dan dalam menghadapi segalanya berusaha sedapat mungkin bersikap positif.
2. Supersalesperson akan berhasil kalau memanfaatkan banyak waktunya untuk menjual dan minta mengelola bisnisnya.
3. Real managers akan berhasil kalau ia memulai usaha baru dan mengelola sendiri usaha tersebut.
4. Expert idea generation akan berhasil kalau terjun ke bisnis teknologi tinggi.

Teori Tentang Inovasi

Pada era kini, inovasi dapat dikatakan sebuah mantra organisasi bisnis dalam menghadapi persaingan usaha (Sumiyarto, 2006). Perusahaan yang terus berinovasi akan dapat bertahan hidup dan bahkan menjadi yang terdepan dalam percaturan bisnisnya. Sumiyarto (2006) mengatakan bahwa pada intinya inovasi adalah sesuatu yang "baru" yang dihasilkan (sebagai output perusahaan) atau suatu proses

adopsi atau pengaplikasian sesuatu yang "baru" oleh sebuah organisasi sedemikian rupa sehingga organisasi ini menjadi lebih kompetitif. Sesuatu yang "baru" itu bisa berupa produk/jasa baru yang dapat memberikan nilai lebih dibandingkan produk yang lama. Bisa pula sesuatu yang "baru" itu adalah proses baru menciptakan efisiensi dalam produksi, penyampaian (delivery) maupun peningkatan pelayanan.

Schumpeter dalam karya klasiknya mengemukakan 3 tipe aktivitas inovatif (Hitt, Ireland dan Hoskisson, 2005), yaitu: (1) invention (penemuan) adalah tindakan menciptakan atau mengembangkan suatu produk atau proses baru, (2) innovation (inovasi) adalah proses menciptakan suatu produk komersial dari suatu penemuan, dan (3) imitation (imitasi) adalah adopsi suatu inovasi oleh perusahaan-perusahaan yang sama. Drucker (1998) membuktikan bahwa inovasi adalah fungsi khusus kewirausahaan, apakah dalam suatu bisnis yang ada, suatu institusi pelayanan publik atau suatu usaha baru yang dimulai oleh seseorang. Selanjutnya Drucker menganjurkan bahwa inovasi adalah cara-cara dengan mana wirausahawan menciptakan sumberdaya-sumberdaya baru penghasil kemakmuran (new wealth-producing resources) atau membantu sumberdaya-sumberdaya yang ada dengan mempertinggi potensi untuk menciptakan kemakmuran

Selanjutnya, Greenberg dan Baron (2008) mengemukakan 7 kategori target inovasi, yaitu: (1) product innovation (inovasi produk): memperkenalkan barang-barang baru atau yang telah ditingkatkan secara substansial, (2) service innovation (inovasi jasa): memperkenalkan jasa-jasa baru atau yang telah ditingkatkan secara substansial, (3) process innovation (inovasi proses): menciptakan suatu metode produksi atau penyampaian

(delivery) yang baru atau telah ditingkatkan secara signifikan, (4) marketing innovation (inovasi pemasaran): memajukan metode-metode pemasaran baru dan/atau yang telah ditingkatkan, (5) supply chain innovation (inovasi rantai penawaran): mengembangkan cara-cara yang lebih cepat dan lebih akurat untuk memperoleh produk-produk dari pemasok dan menyampaikannya kepada' pelanggan, (6) business model innovation (inovasi model bisnis): memperbaiki cara dasar bisnis telah lakukan, dan (7) organizational innovation (inovasi organisasi): merubah praktek-praktek pokok organisasi.

Teori Tentang Kinerja Usaha Kecil

Outcomes, atau hasil akhir (end results), biasanya diukur dalam tiga bentuk, yaitu kinerja (performances) seperti kuantitas dan kualitas produk atau jasa serta kepuasan pelanggan; kepuasan karyawan seperti rendahnya absenteisme dan turnover karyawan; pertumbuhan dan pengembangan personal (Newsrtom dan Davis, 2007). Bernardin dan Russell (1993) dalam Widagdo (2006) mendefinisikan kinerja sebagai. "*performance is defined as the record of outcomes produced on specific job function or activity during a specific time period*", artinya kinerja didefinisikan sebagai catatan mengenai outcome yang dihasilkan dari suatu aktivitas tertentu selama kurun waktu tertentu pula. Kinerja adalah hasil yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika. Selain itu, kinerja dapatdiartikan sebagai hasil kerja seorang pekerja, hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukkan buktinya secara

konkrit dan dapat diukur (Sedermayanti, 2004).

Pendekatan tujuan mengarahkan para pemilik manajer UK memfokuskan perhatiannya pada ukuran-ukuran financial. Ukuran-ukuran financial biasanya meliputi laba, pendapatan, tingkat pengembalian investasi, tingkat pengembalian penjualan. Ukuran-ukuran financial umumnya lebih objektif, simple, mudah dipahami, dan mudah dihitung, tetapi dalam banyak kasus, ukuran-ukuran financial mengandalkan data historis dan sulit didapat untuk kepentingan umum. Sulitnya untuk diakses, ketidak lengkapan data, ketidak-akuratan data mengakibatkan perbandingan diantara sektor-sektor UK menjadi sulit dan sia-sia. Laba penjualan/pendapatan perusahaan merupakan subyek data yang paling banyak disembunyikan. Cara yang paling mungkin adalah menggunakan ukuran-ukuran non financial. Kombinasi diantara kedua pengukuran ini dapat membantu para pemilik manajer UK mendapatkan prespektif yang lebih luas dalam pengukuran kinerjanya, terutama dalam efektivitas dan efisiensi penggunaan sumberdaya, dan daya saing. Ukuran-ukuran non-finansial yang banyak diadopsi pada UK misalnya jumlah karyawan, pertumbuhan penjualan/pendapatan, pangsa pasar, serta penjualan pertenaga kerja.

Verreyne (2005) mengukuk kinerja usaha kecil (SEMs) dengan menggunakan ukuran-ukuran skala kinerja financial yang dikembangkan oleh Covin dan Slevin (1989), serta Gupta dan Govindarajan (1984) yang tujuan untuk mendeskripsikan keterbatasan data financial dalam pengukuran kinerja usaha kecil dan menengah (SMEs). Prosedur pengukuran kinerja usaha kecil dan menengah menurut Covin dan Slevin (1989), serta Gupta dan Govindarajan (1984), mencakup penilaian responden berdasarkan skala

likert terhadap sepuluh ukuran financial yang mencakup tingkat penjualan, tingkat pertumbuhan penjualan, arus kas, tingkat wngendalian modal sendiri, margin laba kotor, laba bersih operasi, rasio acats penjualan, tingkat pengembalian modal, kemampuan membiayai .petumbuhan peusahaan dari laba, serta kinerja secara keseluruhan, menurut Dess dan Robinson (1984) dalam Koey dan Meridth (1997) metode pengukuan kinerja Gupta dan Govindarajan tersebut ternyata memiliki tingkat reliabilitas dan validitas yang tinggi, hal ini mereflesikan keakuratan pengukuran kinerja perusahaan.

Camison dalam Sanchez Marin (2005) mengukur kinerja usaha kecil dan menengah (SMEs) dengan menggunakan 3 (tiga) ukuran, yaitu profitabilitas, produktivitas, dan pangsa pasar.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh signifikan dari faktor kepribadian, dan faktor inovasi secara persial terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar
2. Terdapat pengaruh signifikan dari faktor kepribadian, dan faktor inovasi, secara simultan terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar
3. Variable kepribadian yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian deduktif dilihat

darintujuannya atau disebut juga penelitian eksplanatory yang hanya menguji hipotesis yang dikembangkan dari kajian teoritis.

Populasi dan Sampel

Populasi sampling dalam penelitian ini adalah seluruh usaha kecil yang tercatat di Dinas Koperasi dan UKM. Kriteria usaha kecil didasarkan pada kriteria menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Kriteria UKM mengacu pada BPS dan UU No. 20 Tahun 2008 yakni:

1. Kriteria Usaha Kecil yakni: (a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau (b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 – 19 orang.
2. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut: (a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau (b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah) dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 20 – 99 orang.

Adapun populasi yang menjadi target pada penelitian ini adalah sebanyak 6.031 usaha kecil yang tersebar pada beberapa sector yaitu industri pangan, industri kimia dan

bahan bangunan, industri logam, industri elektronika dan industri kerajinan.

Sampel

Sampel penelitian akan dipilih secara acak sederhana (simple random sampling), di mana semua usaha kecil yang memperoleh kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel dilihat dari menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), yaitu sebanyak 150 sampel.

Metoda Analisis Data

Analisis untuk mengetahui pengaruh faktor kinerja usaha kecil yang terdiri dari kepribadian usaha, dan inovasi

Analisis Regresi Linier Bergandaini untuk mengetahui pengaruh suatu variabel kinerja dihubungkan dengan variabel dari kepribadian, dan inovasi (Djarwanto dan Subagyo:1996).

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + e$$

Dimana:

Y = Kinerja Usaha Kecil

a = Konstanta

X₁ = Kepribadian

X₂ = Inovasi

b = Koefisien regresi yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel x)

e = Kesalahan prediksi.

a. Uji t

Menunjukkan nilai signifikan dari tiap-tiap koefisien regresi terhadap kenyataan yang ada.

Langkah-langkah :

a. Menentukan hipotesis nihil dan alternatif.

H₀ : $\beta_1 = \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kepribadian dan inovasi terhadap kinerja Usaha Kecil)

b. H₁ : $\beta_1 \neq \beta_2$ (ada pengaruh yang signifikan antara antara

- Kepribadian dan inovasi terhadap kinerja Usaha Kecil)
- c. Menentukan level of significant ($\alpha = 0,05$)
 - d. Kriteria pengujian
2. Uji F
- Digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara empat variable bebas (Kepribadian dan inovasi) terhadap kinerja Usaha Kecil sebagai variabel terikat secara bersama-sama, sehingga bisa diketahui
- Adapun criteria pengujiannya adalah sebagai berikut :
- a) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ artinya bahwa antara Kepribadian dan inovasi secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil.
 - b) $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ artinya bahwa antara Kepribadian dan inovasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil.
 - c) Menentukan level of signifikan $\alpha = 0,05$
 - d) Kriteria pengujian

3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui prosentase besarnya perubahan variabel independen yang disebabkan oleh variabel dependen. Koefisien determinasi ini

Dimana :

- R² : Koefisien Determinasi
- Y : Kinerja Usaha Kecil
- X₁ : Kepribadian
- X₂ : Inovasi

PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh Kepribadian dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kota Makassar dengan Metode Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk melakukan pengujian hubungan antara sebuah variabel dependent (terikat) dengan dua atau beberapa variabel independent (bebas) yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.

Berdasarkan tujuan penelitian ini maka yang pertama akan dianalisis adalah pengaruh beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja Usaha Kecil di Kota Makassar, antara lain : Kepribadian dan inovasi. Analisis selanjutnya untuk mengetahui faktor mana diantara kedua faktor tersebut yang paling dominan pengaruhnya.

Persamaan regresi linear berganda akan menjelaskan pengaruh variabel X₁ sampai X₂ secara serempak terhadap variabel terikat (Y) dengan memperhatikan nilai p yaitu nilai signifikan dari F. Besarnya kontribusi pengaruh variabel X terhadap Y dapat dilihat dari nilai R^{square}.

Adapun hipotesis pengujian yang digunakan untuk keputusan analisis adalah sebagai berikut:

H₀ = Model regresi tidak dapat dipakai untuk memprediksi variabel kinerja Usaha Kecil

H₁ = Model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kinerja Usaha Kecil.

Jika $p > 0,05$ maka H₀ diterima

Jika $p < 0,05$ maka H₀ ditolak

Dari hasil uji analisis melalui perangkat lunak SPSS versi 16.0, diperoleh hasil lengkapnya seperti terlampir pada lampiran. Namun demikian, hasil rekapnya seperti tabel di bawah ini.

Tabel 1 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Signifikansi	Keterangan
Kepribadian (X ₁)	0,361	1.702	0,001	Signifikansi
Inovasi (X ₂)	0,340	1.395	0,002	Signifikansi
Konstanta			2,173	
R Square			0,365	
F _{hitung}			3,506	

Sumber: Data primer setelah diolah (2015)

Dari hasil analisis koefisien dapat juga dikemukakan nilai koefisien a, b₁, dan b₂, dengan hasil sebagai berikut:

$$Y = 2,173 + 0,361X_1 + 0,340X_2$$

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui nilai R² adalah 0,365 atau (36,5%) artinya variansi variabel terikat yang dapat dijelaskan variabel bebas 36,5% , sedangkan yang 63,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk meningkatkan kinerja Usaha Kecil dapat digunakan kedua variabel tersebut yaitu Kepribadian dan inovasi, karena variabel ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil.

Untuk selanjutnya digunakan uji t dan uji F untuk pembuktian hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya.

a. Uji t

Untuk menguji hipotesis 1 digunakan uji t . Uji t dilakukan dengan membandingkan p value dengan nilai α . Jika p value < α , maka signifikan, jika Jika p value > α , maka tidak signifikan.

Dari pengujian yang dilakukan dengan diketahui adalah sebagai berikut :

1. p value X₁ (0,361) < α (0,05), hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 terbukti , karena signifikan, sedangkan hipotesis yang ingin dibuktikan adalah : Ada pengaruh yang signifikan dari faktor Kepribadian terhadap

kinerja Usaha Kecildi Kota Makassar.

2. p value X₂ (0,340) < α (0,05), hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 terbukti atau signifikan, karena: Ada pengaruh yang signifikan dari faktor inovasi terhadap kinerja Usaha Kecildi Kota Makassar.

b. Uji F

Untuk menguji hipotesis 2 digunakan uji F. Uji F dilakukan dengan membandingkan p value dengan nilai α . Jik p value < α , maka signifikan. Jika p value > α , maka tidak signifikan. Dari pengujian yang dilakukan diketahui bahwa value p value (0,000) < α (0,05). Hal ini menunjukkan hipotesis 2 terbukti , artinya Ada pengaruh yang signifikan dari faktor Kepribadian dan inovasi secara simultan terhadap kinerja Usaha Kecildi Kota Makassar.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari analisis beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kinerja Usaha Kecil Kota Makassar dengan metode regresi linier berganda, dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

1. Kepribadian Usaha Kecil secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Kecil sebesar 0,361%. Semakin tinggi Kepribadian akan diikuti dengan peningkatan kinerja Usaha Kecildi Kota Makassar.

- Inovasi Usaha Kecil secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Kecil sebesar 0,340%. Semakin tinggi inovasi Usaha Kecil akan diikuti dengan peningkatan kinerja Usaha Kecil di Kota Makassar.

Saran

Adapun saran yang diajukan penulis adalah :

- Untuk meningkatkan usaha kecil di kota Makassar secara berkelanjutan, maka langkah yang dapat ditempuh pihak pemilik usaha kecil dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas adalah dengan memberikan perhatian yang lebih besar pada keempat tipe kepribadian wirausaha, yaitu (1) personal achiever, (2) supersalesperson, (3) real manager, dan (4) expert idea generation.
- Inovasi merupakan factor yang secara signifikan dapat meningkatkan kinerja usaha kecil di kota Makassar, oleh karena itu pemilik usaha kecil senantiasa lebih sering melakukan perluasan lini produk dan menciptakan produk baru yang dapat dijadikan pendorong utama bagi usaha kecil untuk mengejar daya saing yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Benardin and Russel, 1993. *Human Resource Management*, New Jersey International Editions Upper Saddle River, Prentice Hall.
- Covin, J. G dan Slevin, D. P. 1989. "Strategic Management of Small

Firm in Hostile and Benign Environments", Strategic Management Journal, Vol.10, 75-87.

Djarwanto, 1996. *Mengenal Beberapa Uji statistic Dalam Penelitian*. Liberty, Yogyakarta.

Drucker, P.F., 1998, *The Dicipline of Innovation*, Harvard Business Review, (November – December)

Dess, G.G. & Robinson, R.B. 1984. "Measuring Organizational Performance in the Absence. Volume 16, Nomor 1 Juni 2012: 10-12. Analisis Efisiensi Industri Kecil 21 of objective measures: the case of the privately-held firm and conglomerate business unit. Strategic Management Journal 5:265-273.

Gibson, J.L. Ivancevich J.M dan Donnelly J.M 1997. *Organisasi; Perilaku, Struktur, Proses*, penerjemah: Agus Dharma, Jakarta, Erlangga.

Gupta, A. K. Govindarajan, V. 1984. *Business Unit Strategy Managerial Charateristic and Business Unit Effective Business at Strategy Implemntatio*, Academy of management Journal, Vol 27., No 1, 25-41.

Greenberg, J., and Baron, R.A., 2008, *Behavior in Organization*, Nith Edition, Prentice Hall, New Jersey.

Hitt, Michael A., Ireland, R. Duanne., Hoskisson, Robert E., 1997, *Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi*, Terjemahan, Cet. Pertama, Erlangga, Jakarta

- Kotey, Bernice; Meredith, GG. 1997. *Relationship Among Owner/Manager Personal Value, Business Management Strategies, and Enterprise*”, Journal of Small Business Management, P.37-61.
- Miner, J.B. 1996. *Role of Entrepreneurial Task in Growth of Technologically Innovative Firm*. Journal Applied Psychology. Vol.74. No.4
- Mulyoutami, E, Stefanus, dkk. 2003. *Pengetahuan lokal petani dari inovasi ekologi dalam konservasi dan pengelolaan tanah pada pertanian berbasis kopi di Sumber Jaya lampung Barat*”.
<http://www.worldagroforestrycenter.org>.
- Newstrom, John W. And Davis, Keith, 2007. *Organizational Behavior, Human Behavior at work*, Eleventh Edition International Edition, Mcgraw-Hill Irwin Company.
- Rue, L. 1998.” *The Relationship Between Planning Sophistication and Performance in Small Business*”, Journal of Small Business Management 36 (4):24-33.
- Pearce and Robinson (1997). *Manajemen Strategik*. Terjemahan, Jilid I, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Sanchez, Antonia Aragon: Marin, Gregorio-Sanchez, 2005. *Strategic Orientation, Management Characteristics, and Performance: A Study of Spanish SMES*, Journal of Small Business Management, Vol.43 No.3 Pp 287-306
- Sedarmayati, 2004. *Pengembangan Kepribadian Pegawai*”, Mandar Maju, Bandung.
- Sumiyarto.2006. *Mengapa Organisasi Mengadopsi Inovasi: Sebuah Telaah Literatur*. Manajemen dan Usahawan, Vol.45 No.10
- UU. RI. No.20 Tahun 2008. *Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Jakarta, Sinar Grafika
- *) Penulis adalah Dosen Universitas Fajar Makassar**