

FMI 2018_FMI PALEMBANG

by Turnitin ©

Submission date: 25-Apr-2024 10:34AM (UTC-0400)

Submission ID: 2361510683

File name: cek-006-2._FMI_2018_FMI_PALEMBANG_-_plagiasi.pdf (5.04M)

Word count: 5019

Character count: 36167

FMI
FORUM MANAJEMEN INDONESIA

PROSIDING
FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KE-10

**SEMILAR NASIONAL,
KONFERENSI, WORKSHOP DAN PENGABDIAN MASYARAKAT**

**INNOVATION, TECHNOLOGY AND SOCIAL SCIENCE
DALAM ERA DISRUPTION**

Universitas **Bina Darma**

FMI FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH SUMATERA SELATAN
Palembang, 7 - 8 Nopember 2018

7

MAIN HOST

KOORDINATOR WILAYAH SUMATERA SELATAN
FORUM MANAJEMEN INDONESIA



CO HOST

UNIVERSITAS METHODIST INDONESIA, MEDAN



UNIVERSITAS BINA DARMA



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



UNIVERSITAS KATOLIK
SOEGLJAPRANATA



UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN



UNIVERSITAS SWADAYA GUNUNG JATI
CIREBON



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
LEMBAH DEMPO



PROSIDING ABSTRAK

SEMINAR NASIONAL, KONFERENSI, WORKSHOP
DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
FORUM MANAJEMEN INDONESIA KE-10

TEMA

INNOVATION, TECHNOLOGY AND SOCIAL SCIENCE
IN DISRUPTION ERA

7 – 8 NOPEMBER 2018
PALEMBANG

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH SUMATERA SELATAN

PROSIDING ABSTRAK

SEMINAR NASIONAL, KONFERENSI, WORKSHOP
DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
FORUM MANAJEMEN INDONESIA KE-10

TEMA
INNOVATION, TECHNOLOGY AND SOCIAL SCIENCE
IN DISRUPTION ERA

Panitia Pelaksana:

Ketua : Dr. Sunda Ariana, M.M., M.Pd
Sekretaris : Sri Porwani, S.E., M.Si
Bendahara : Dr. Choiriyah, S.E., M.Si
Anggota : Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., Ph.D
Abdullah Rasyid, S.E., M.Si

Reviewer:

Dr. Diah Isnaini, S.E., M.M Universitas Muhammadiyah Palembang
Dr. Omar Hendro, S.E., M.Si Universitas Muhammadiyah Palembang
Dr. Desi Ulpa Angraini, SE., M.M STIE Rahmaniayah Sekayu

Editor:

Dr. Abdul Basyith., S.E., M.Si Universitas Bina Darma
Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si Universitas Bina Darma
Fitriya, S.E., M.B.A., Ph.D Universitas Bina Darma
Dr. Choiriyah, S.E., M.Si Universitas Muhammadiyah Palembang

Penerbit:

Forum Manajemen Indonesia
Koordinator Wilayah Sumatera Selatan
Kampus Universitas Bina Darma Lt. 7
Jln. Jenderal Ahmad Yani No. 2
Palembang

ISBN:



All Right Reserved.

No part of this publication may be reproduce without written permission of the publisher

DAFTAR ISI

COVER.....	1
MAIN HOST	2
KATA PENGANTAR	5
KETUA FORUM MANAJEMEN INDONESIA KORWIL SUMSEL	7
KETUA FORUM MANAJEMEN INDONESIA PENGURUS PUSAT	8
BIDANG ILMU	9
PEER REVIEWER	10
DAFTAR ISI.....	11
JADWAL PRESENTASI MANAJEMEN KEUANGAN	42
JADWAL PRESENTASI MANAJEMEN PEMASARAN.....	61
JADWAL PRESENTASI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	79
JADWAL MANAJEMEN STRATEGI.....	99
JADWAL KEWIRAUSAHAN.....	108
JADWAL EKONOMI ISLAM.....	114
JADWAL MANAJEMEN PERBANKAN.....	118
JADWAL MANAJEMEN PENDIDIKAN	124
JADWAL PARIWISATA	127
JADWAL PERPAJAKAN.....	131
JADWAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT.....	133
JADWAL MANAJEMEN UMUM	136
JADWAL MANAJEMEN TEKNOLOGI INFORMASI.....	139
JADWAL MANAJEMEN AGRIBISNIS.....	141
ABSTRAK.....	143
MANAJEMEN KEUANGAN.....	143
SESI I.....	143
MANFAAT PERUBAHAN SISTEM KEUANGAN DARI SISTEM MANUAL KE KOMPUTERISASI PADA CV. PANDAWA TANI	144
PENGARUH FAKTOR FUNDAMENTAL DAN PERSEPSI INVESTOR TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN DALAM INDEKS KOMPAS 100 DI ERA DIGITALISASI	145
KEPEMILIKAN KELUARGA DAN STRUKTUR MODAL DENGAN MODERASI FAMILY CEOPERUSAHAAN NON KEUANGAN DI INDONESIA.....	146
PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN KINERJA PASAR TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	147

KEWIRAUSAHAAN PEMUDA DAN PENGANGGURAN“FAKTA EMPIRIS BERDASARKAN DATA STATISTIK”.....	609
KEPEMIMPINAN <i>ENTREPRENEUR</i> , KOMITMEN DAN KINERJA BIDAN DI ERA DISRUPSI.....	610
MEMBANGUN MINAT BERWIRAUSAHA DI KALANGAN MAHASISWA(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS-UNIVERSITAS DIPONEGORO)	611
Identifikasi Potensi dan Permasalahan UMKM Ramah Lingkungan untuk Peningkatan Daya Saing Global: Studi Kasus UMKM Batik Warna Alam di Yogyakarta.....	612
SESI II.....	614
9 PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA ERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA USAHA BATUBATA DI KELURAHAN DANAU BALAI RANTAUPRAPAT.....	615
UKM: KAPABILITAS INOVASI DAN KEMITRAAN	616
KREATIFITAS, INOVASI DAN RESIKO BISNIS TERHADAP KEPEMIMPINAN ENTREPRENEUR DAN KINERJA ENTERPRENEUR PADA UMKM DI SURABAYA	617
PERAN KARAKTERISTIK <i>ENTREPRENEUR</i> TERHADAP STRATEGI BISNIS DAN KINERJA BISNIS USAHA WANITA WIRAUSAHA	618
PEMBERDAYAAN KARANG TARUNA GUNA MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAN MELALUI PROGRAM BISNIS KREATIF BERDAYASAING	619
PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KINERJA WIRAUSAHA(STUDI KASUS PADA KUBE MAJU BERSAMA KOTA SALATIGA)	620
MENUMBUHKAN INTENSI BERWIRAUSAHA MELALUI <i>SELF EFFICACY</i> DAN <i>COPING</i> TERHADAP PERUBAHAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI	621
9 THE INFLUENCE OF OPPORTUNITY RECOGNITION AND ENTREPRENEURIAL NETWORKING ON BUSINESS PERFORMANCE ON ORNAMENTAL PLANTS ENTREPRENEUR IN MEDAN.....	622
SESI III.....	623
9 PENGEMBANGAN WIRAUSAHA BARU MELALUI PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN PADA KADER POSYANDU DI KELURAHAN KARANG BEROMBAK KOTA MEDAN.....	624
KESUKSESAN MEMBINA DISABILITAS PADA GENERASI MILLENIALS	625
FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MAHASISWA UNTUK MENJADI WIRAUSAHA (STUDI KASUS: MAHASISWA SCHOOL OF BUSINESS MANAGEMENTPEMINATAN ENTREPREUNEUR)	626
PENINGKATAN MINAT WIRAUSAHA MELALUI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI WIRAUSAHA(Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Semarang)	627
PENGEMBANGAN WIRAUSAHA IBU RUMAH TANGGA MANDIRI DI KOTA MEDAN	628
IDENTIFIKASI KLASTER INDUSTRI DAN SUMBER DAYA KAPABILITAS USAHA KECILDI SUMATERA UTARA	629

PERAN KARAKTERISTIK *ENTREPRENEUR* TERHADAP STRATEGI BISNIS DAN KINERJA BISNIS USAHA WANITA WIRAUSAHA

Nur Laily

Email: nurlaily@stiesia.ac.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of entrepreneurship characteristic on business strategy and business performance of women entrepreneur, as well as the indirect influence of entrepreneurship characteristic on business performance through the mediator of business strategy. The population in this research is all women entrepreneur in Surabaya, the sample collection technique has been carried out by using non-probability sampling in which samples are determined based on certain criteria in accordance with the research purpose. The sample collection technique has been carried out by using non-probability sampling in which samples are determined based on certain criteria in accordance with the research purpose. The numbers of samples which meet with the research criteria are 50 respondents. The Data collection techniques has been done by issuing questionnaires and conducting interviews. The obtained data are analyzed by using Partial Least Square (PLS) which is the equation model of Structural Equation Modeling (SEM) which is based on components or variants. The results of the research shows that Entrepreneurial characteristic give influence to business strategy, Entrepreneurial characteristic give influence to business performance, business strategy give influence to business performance women entrepreneur. Business strategy not mediation influence entrepreneurship characteristic to business performance women entrepreneur.

Keywords: entrepreneurship characteristic, business strategy, Business Performance, women entrepreneur, SMEs

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh karakteristik entrepreneur terhadap strategi bisnis dan kinerja bisnis, serta pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis dengan melalui mediator orientasi pasar. Penelitian ini menggunakan desain riset analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wanita wirausaha di Surabaya, teknik pengambilan sample menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu sampel ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian adalah 50 responden. Teknik pengambilan data dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)* yang merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling (SEM)* yang berbasis komponen atau varian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik entrepreneur berpengaruh terhadap kinerja bisnis, karakteristik entrepreneur berpengaruh terhadap strategi bisnis dan strategi bisnis berpengaruh terhadap Kinerja bisnis usaha wanita wirausaha. Strategi bisnis tidak mampu memediasi pengaruh karakteristik entrepreneur terhadap kinerja bisnis usaha wanita wirausaha.

Kata kunci: Karakteristik Entrepreneur, Strategi Bisnis, Kinerja Bisnis, wanita wirausaha, UMKM.

PERAN KARAKTERISTIK *ENTREPRENEUR* TERHADAP STRATEGI BISNIS DAN KINERJA BISNIS USAHA WANITA WIRUSAHA

Nur Laily

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of entrepreneurship characteristic on business strategy and business performance of women entrepreneur, as well as the indirect influence of entrepreneurship characteristic on business performance through the mediator of business strategy. The population in this research is all women entrepreneur Surabaya, the sample collection technique has been carried out by using non-probability sampling in which samples are determined based on certain criteria in accordance with the research purpose. The sample collection technique has been carried out by using non-probability sampling in which samples are determined based on certain criteria in accordance with the research purpose. The numbers of samples which meet with the research criteria are 50 respondents. The Data collection techniques has been done by issuing questionnaires and conducting interviews. The obtained data are analyzed by using Partial Least Square (PLS) which is the equation model of Structural Equation Modeling (SEM) which is based on components or variants. The results of the research shows that Entrepreneurial characteristic give influence to business strategy, Entrepreneurial characteristic give influence to business performance, business strategy give influence to business performance women entrepreneur. Business strategy not mediation influence entrepreneurship characteristic to business performance women entrepreneur.

Keywords: entrepreneurship characteristic, business strategy, Business Performance, women entrepreneur, SMEs

1. Pendahuluan

Aktivitas usaha mikro kecil menengah, saat ini masih dikuasai oleh kaum pria. Secara historis pelaku usaha adalah laki-laki, karena berdagang dan bisnis merupakan usaha yang dikuasai para laki-laki (Casson et al., 2006). Pada masa itu wanita belum banyak terlibat dalam usaha, jika wanita terlibat dalam usaha maka yang dilakukan adalah berdagang kecil dipasar tradisional. World Bank (2011) menyebutkan bahwa di hampir semua negara, keterlibatan wanita dalam kegiatan produktivitas terlihat lebih rendah dibandingkan pria. Seiring perkembangan teknologi, saat ini kaum wanita telah banyak yang berkontribusi sebagai pelaku UMKM. Wanita memposisikan dirinya seperti laki-laki yang mampu menjalankan usahanya dengan tidak meninggalkan perannya sebagai seorang istri dan ibu rumah tangga.

Wanita pelaku usaha di kota Surabaya mendapat julukan sebagai wanita pahlawan ekonomi. Wanita yang selama ini dikenal hanya sebagai seorang istri dan ibu rumah tangga, Namun pemerintah kota Surabaya mampu menjadikan wanita sebagai pahlawan ekonomi yaitu dengan memberdayakan perempuan dalam bidang ekonomi kewirausahaan.

Wanita wirausaha dituntut untuk menjadi lebih jeli dalam menggali kreatifitas usaha, mengelola modal, mengelola waktu, tenaga, sumber daya alam, aplikasi dan pembuatan produk, sehingga usahanya berhasil dan siap berkompetisi menghadapi persaingan global. Beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang keberhasilan *small business* memiliki sudut pandang yang berbeda-beda di antaranya kinerja *small business* dipengaruhi oleh perilaku pemilik (Zoyza dan Herath, 2007, Kotey and Meredith, 1997; Olson and Currie, 1992), dan

dipengaruhi strategi bisnis (Li et al, 2005, Dess et al, 1997). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh karakteristik entrepreneur terhadap strategi bisnis dan kinerja usaha wirausaha.

2. Literature Riview

Karakteristik *Entrepreneur*

Karakteristik pengusaha ini dapat dilihat dari bagian yang nampak secara fisik maupun secara kepribadian. Karakteristik dari seorang pengusaha yang berkontribusi terhadap keberhasilan adalah hasil dari karakteristik pencapaian motivasi prestasinya. Ciri-ciri kepribadian yang paling sering dikutip sebagai karakteristik pengusaha termasuk keinginan untuk bebas, *locus of control*, kreativitas, kecenderungan mengambil risiko (Rauch & Frese, 2005), kebutuhan akan prestasi (Rauch & Frese, 2005). Davidsson (1991) menemukan bahwa pengalaman industri, manajerial, dan kewirausahaan dari pemilik/manajer, bersama dengan beberapa factor eksternal, memberikan kontribusi positif bagi keberhasilan dalam operasi usahakecil. Hashim, Wifa, dan Suliman (1999) telah membuktikan secara empiris bahwa karakteristik kewirausahaan dari pemilik/manajer terkait erat dengan keberhasilan perusahaan. O'Regan et al (2006) menyatakan bahwa ownership adalah factor kunci kinerja usaha secara keseluruhan. Keberhasilan kinerja bisnis usaha kecil ditentukan oleh faktor individual dan factor lingkungan (Attahir, 1995). Seseorang dapat berlaku seperti karakteristik kewirausahaan antara lain percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi masa depan, tetapi hanya orang yang bersifat wirausaha yang mampu bertindak menggunakan karakteristik tersebut dalam pekerjaannya (Meredith *et al.*, 2000). Karakteristik kewirausahaan yang tinggi berhubungan positif dengan kesuksesan usaha (Ardichvili *et al.*, 2003).

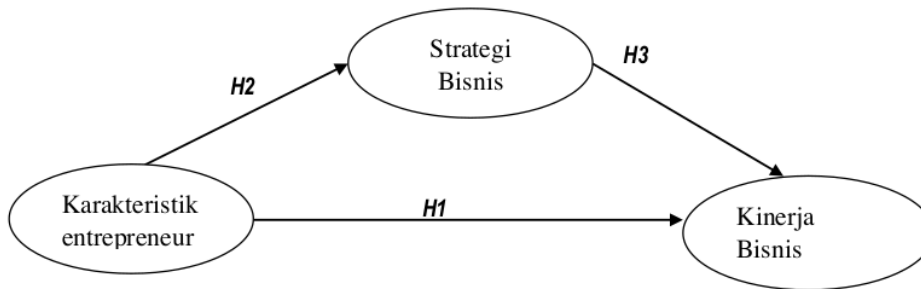
Strategi Bisnis.

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Menurut Strickland (dalam Winardi, 2004) strategi organisasi terdiri dari tindakan-tindakan dan pendekatan-pendekatan bisnis, yang diterapkan oleh pihak manajemen guna mencapai kinerja keorganisasian yang ditetapkan sebelumnya. McCarthy (2003) menjelaskan strategi tidak terlalu formal dalam perusahaan-perusahaan kecil yang berasal dari pemilik/pengelola sebagai kunci pembuat keputusan. Schindehutte dan Morris (2001) menjelaskan bahwa karena perusahaan kecil biasanya tidak memiliki pernyataan tertulis dalam pembuatan strategi, strategi mereka disimpulkan dari pola perkembangan perilaku pemilik/pengelola dan alokasi sumber daya. Karena perusahaan kecil biasanya tidak memiliki pernyataan strategi secara tertulis, strategi mereka disimpulkan dari pola perkembangan perilaku pemilik/pengelola dan alokasi sumber daya (Boohene, *et al.* 2008). Pilihan implementasi strategi pada usaha kecil mencerminkan tujuan dan keinginan pemilik/manajer yang didasarkan pada nilai-nilai pribadi mereka. Menurut Kotey & Meredith 1997; Olson & Currie, 1992 (dalam Boohene, *et al.* 2008) dalam perusahaan kecil, pilihan strategi diimplementasikan berdasarkan tujuan pribadi dan keinginan pemilik/pengelola yang didasarkan pada karakter individu. Hojett & Kuratko, 2001; Kickul & Gundry, 2002 (dalam Boohene, *et al.* 2008) berpendapat nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi yang proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan, meliputi kreativitas, pengambilan resiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan. Sebaliknya, Kotey, 1994 (dalam Boohene, *et al.* 2008) berpendapat, nilai-nilai kesetaraan, kasih sayang, perlindungan sosial dan kasih sayang digambarkan sebagai strategi konservatif dan dengan terkait tipe yang reaktif.

Kinerja Bisnis ³

Kinerja bisnis merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, sebagai cermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis. Voss dan Voss (2000) lebih jauh mendefinisikan kinerja bisnis sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja yang meliputi jumlah penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan dan pertumbuhan penjualan. Konsep yang lebih sederhana dan praktis juga dijelaskan Ferdinand (2002) yang menyatakan bahwa kinerja pemasaran yang baik dinyatakan dalam tiga besaran utama yaitu: pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan penjualan, dan porsi pasar, yang pada akhirnya bermuara pada keuntungan perusahaan. Vanessa (2008) merumuskan keberhasilan wirausaha wanita yang menjalankan usaha rumahan (*home based entrepreneurs*) berdasarkan hubungan yang berkualitas dengan konsumen, kepuasan pribadi, kepuasan pemenuhan diri serta kemampuan untuk menyeimbangkan tanggung jawab pekerjaan dan keluarga. Suryana (2001) menjelaskan bahwa pada usaha kecil, manajer yang mengoperasikan perusahaan adalah pemilik, majikan, dan investor yang mengambil berbagai keputusannya secara mandiri. Boohene *et. al.*, (2008) mengemukakan bahwa kemampuan untuk merumuskan dan menerapkan strategi yang efektif memiliki pengaruh besar terhadap kelangsungan hidup atau kegagalan usaha kecil. Kinerja perusahaan pada gilirannya ditentukan oleh strategi-strategi yang diadopsi oleh pemilik/pengelola. Covin, *et al.*, 1990 (dalam Boohene, *et al.* 2008) literatur tentang strategi perencanaan dan kinerja perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang menginvestasikan waktu secara proaktif dalam mengembangkan strategi-strategi menunjukkan tingkat kinerja yang lebih tinggi dari pada perusahaan yang kurang proaktif dalam mengembangkan strategi, tetapi bereaksi terhadap lingkungan mereka.

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1: Kerangka Konseptual

3. Hipotesis:

H1: Karakteristik *entrepreneur* berpengaruh terhadap Kinerja usaha wanita wirausaha

H2: Karakteristik *entrepreneur* berpengaruh terhadap strategi bisnis usaha wanita wirausaha

H3: Strategi bisnis mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha wanita wirausaha

4. Metode Penelitian

a. Data

Penelitian ini menggunakan metode survey. Data yang dipergunakan data primer dan sekunder. Teknik pengambilan data primer dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melalui menyebarkan angket// kuesioner kepada responden agar mendapat keterangan dan data yang lebih terperinci tentang masalah yang sedang diteliti.

b. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wanita pelaku UMKM di Surabaya . Jumlah sampel yang diambil adalah 50 responden yaitu Wanita wirausaha, penarikan sampel dilakukan dengan teknik *Non probability sampling* dan *Purpusive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Purposive sampling* yaitu sampel diambil dengan kriteria yang ditentukan. (Sugiyono,2010;82) Kriteria sampel yaitu pengambilan dilakukan terhadap UMKM : memiliki minimal 3 karyawan, usaha milik perorangan, milik warga Negara Indonesia, memiliki usaha berbadan hukum atau belum berbadan hukum, usia usaha diatas 3 tahun, hal ini untuk mengetahui kinerja usaha, status usaha, jumlah karywan dan keuntungan yang dihasilkan.

c. Variabel.

Karakteristik entrepreneur, merupakan karakteristik yang melekat pada pelaku UMKM. Indikator yang dipergunakan dikembangkan oleh Meredith *et al.* (2000) meliputi: percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi masa depan

⁴ **Strategi bisnis** merupakan kemampuan pemilik/pengusaha dalam menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan strategi, pelaksanaan rencana-rencana usaha untuk mencapai tujuan perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang. Indikator yang digunakan yang dikembangkan oleh Boohene *et. al*, (2008) adalah: strategi perencanaan, strategi keuangan, strategi sumber daya manusia, strategi operasional, strategi pemasaran.

⁴ **Kinerja Bsnis usaha wanita wirausaha** merupakan tingkat pencapaian atau prestasi usaha yang dicapai dalam kurun waktu tertentu. Indikator dalam penelitian ini dikembangkan oleh Ozer dan Tinaztepe (2014) yaitu: Pertumbuhan jumlah pelanggan, Kemampuan menguasai pasar, Kemampuan mengembangkan produk , Kepuasan konsumen , keuntungan perusahaan .

d. Teknis Analisis

Analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghozali (2005) tujuan *PLS* adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variable laten adalah *linear agregat* dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variable laten di dapat berdasarkan *inner model* dan *outer model* . Untuk menguji pengaruh tidak langsung menggunakan *Sobel tes*

5. Hasil

¹ Analisis data data dalam penelitian menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan *software Smart PLS (Partial Least Square)*. Dimana *PLS Path Modeling* terdapat 2 model yaitu *outer model* dan *Inner model*

Evaluasi Outer Model

Convergent validity dari *measurement model* dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara *score item*/indikator dengan skor konstraknya. Indikator individu dianggap *reliable* jika memiliki nilai kolerasi diatas 0.7. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, *loading* 0.50 sampai 0.60 masih dapat diterima (Ghozali, 2002:40). Adapun hasil korelasi antara indikator dengan kontruknya seperti terlihat pada *ouput* dibawah ini:

Table 1. Convergent Validity

	5 original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	t- Statistic
Karakteristik Entrepreneur				
KK1	0.803	0.804	0.047	16.956
KK2	0.774	0.771	0.059	13.118
KK3	0.719	0.712	0.089	8.099
KK4	0.736	0.732	0.082	9.004
KK5	0.678	0.676	0.078	8.736
KK6	0.644	0.630	0.105	6.118
Strategi Bisnis				
SB1	0.648	0.627	0.123	5.247
SB2	0.773	0.763	0.060	12.857
SB3	0.866	0.864	0.039	22.252
SB4	0.728	0.728	0.073	9.955
SB5	0.702	0.699	0.081	8.647
Kinerja Bisnis				
KB1	0.774	0.779	0.065	11.842
KB2	0.707	0.711	0.070	10.108
KB3	0.788	0.784	0.070	11.299
KB4	0.797	0.805	0.047	16.965
KB5	0.518	0.501	0.141	3.685

Sumber: data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan Tabel dapat disimpulkan bahwa dimensi variabel karakteristik *entrepreneur*, strategi bisnis dan kinerja usaha telah memenuhi syarat kesahihan sebagai alat ukur, karena nilai *convergent validity* masing-masing dimensi tersebut diatas 0,5. sehingga dinyatakan valid.

Tabel 2. Cross Loading

	Karakteristik Entrepreneur	Strategi Bisnis	Kinerja Bisnis
KB1	0.400	0.543	0.774
KB2	0.279	0.506	0.707
KB3	0.387	0.400	0.788
KB4	0.520	0.480	0.797
KB5	0.229	0.144	0.518
KK1	0.803	0.489	0.570
KK2	0.774	0.756	0.770
KK3	0.719	0.433	0.287

KK4	0.736	0.411	0.318
KK5	0.678	0.499	0.542
KK6	0.644	0.319	0.339
SB1	0.361	0.648	0.283
SB2	0.532	0.773	0.541
SB3	0.568	0.866	0.636
SB4	0.308	0.728	0.499
SB5	0.405	0.702	0.458

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan Tabel 1 dan 2 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model yang diestimasi telah memenuhi kriteria *discriminant validity*, apabila nilai akar kuadrat dari AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk.

Nilai AVE sama dengan atau di atas 0,50 menunjukkan adanya *convergent* yang baik.

Tabel 3. Average variance extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
Karakteristik Entrepreneur	0.529
Strategi Bisnis	0.558
Kinerja Bisnis	0.525

Sumber : data primer diolah Tahun 2018

Pada Tabel 3 didapatkan nilai AVE untuk variabel karakteristik Entrepreneur (X) sebesar 0,529; variabel Strategi Bisnis (Z) sebesar 0,558 dan Kinerja Bisnis (Y) sebesar 0,525. Pada batas kritis 0,5 maka indikator-indikator pada masing-masing konstruk telah konvergen dengan item yang lain dalam satu pengukuran.

Tabel 4. Composite Reliability

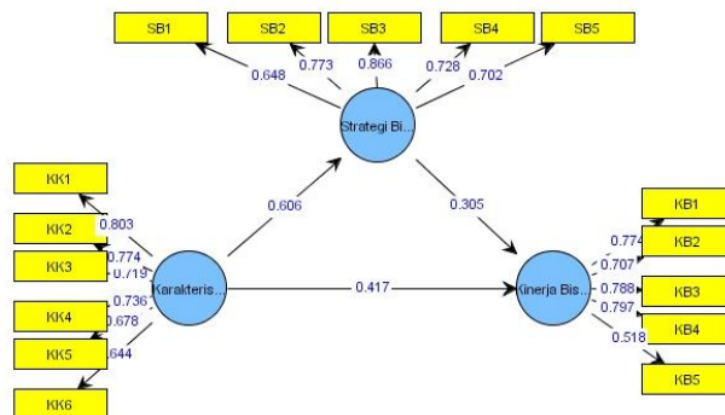
	Composite Reliability
Karakteristik Entrepreneur	0.870
Strategi Bisnis	0.862
Kinerja Bisnis	0.844

Sumber : data primer diolah Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4. bisa dijelaskan bahwa dari ketentuan *composite reliability* maka bisa dinyatakan keseluruhan konstruk yang diteliti memenuhi kriteria *composite reliability*, sehingga setiap konstruk mampu diposisikan sebagai variabel penelitian. Hal tersebut mengindikasikan bahwa secara komposit seluruh variabel memiliki konsistensi internal yang memadai dalam mengukur variabel laten/konstruk yang diukur sehingga dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Evaluasi Inner Model

Inner model yang kadang disebut juga dengan (*inner relation*, *structural model* dan *substantive theory*) menspesifikasi hubungan antar variabel penelitian (*structural model*). Uji Inner Model digunakan untuk mengevaluasi hubungan antar konstruk laten seperti yang telah dihipotesiskan dalam penelitian.



Gambar 1. Model Penelitian PLS

Hasil nilai *inner weight* gambar 1 diatas menunjukkan bahwa Strategi bisnis (Z) dipengaruhi oleh Karakteristik (X). Kinerja bisnis (Y) dipengaruhi oleh Karakteristik Entrepreneur (X), dan Startegi bisnis (Z) yang ditunjukkan di pengujian hipotesis.

Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-Square* untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh

variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Variabel laten endogen dalam model structural yang memiliki hasil R^2 sebesar 0.67 mengindikasikan bahwa model “baik”, R^2 sebesar 0.33 mengindikasikan bahwa model “moderat”, R^2 sebesar 0.19 mengindikasikan bahwa model “lemah” (Ghozali, 2009). Adapun output PLS sebagaimana dijelaskan berikut :

Tabel 5. Nilai R-Square

	R-square
Karakteristik Entrepreneur	
Strategi Bisnis	0.368
Kinerja Bisnis	0.421

Sumber : data primer diolah tahun 2018

Variabel laten karakteristik entrepreneur (X) yang mempengaruhi variabel Strategi bisnis (Z) dalam model struktural memiliki nilai R^2 sebesar 0.368 yang mengindikasikan bahwa model adalah “moderat”. Variabel laten, karakteristik entrepreneur, dan Strategi bisnis yang mempengaruhi variabel Kinerja bisnis dalam model struktural memiliki nilai R^2 sebesar 0.421 yang mengindikasikan bahwa model “moderat”.

Kesesuaian model struktural dapat dilihat dari Q^2 , sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - [(1 - R_1^2) (1 - R_2^2)] \\
 &= 1 - [(1 - 0.368) (1 - 0.421)] \\
 &= 1 - [(0.865) (0.823)] \\
 &= 1 - [(0.711)] \\
 &= 0,289
 \end{aligned}$$

Hasil Q^2 yang dicapai adalah 0.289, berarti bahwa nilai Q^2 di atas nol memberikan bukti bahwa model memiliki *predictive relevance*.

Pengujian Hipotesis

Tabel 6. Tabel Antar Konstruk

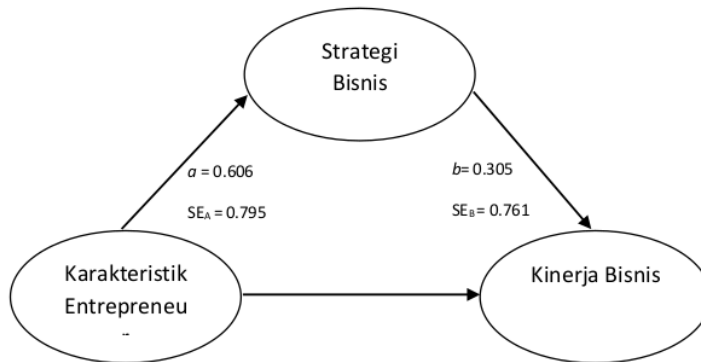
	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	t- Statistic
Karakteristik Entrepreneur -> Strategi Bisnis	0.606	0.631	0.067	9.072
Karakteristik Entrepreneur -> Kinerja Bisnis	0.417	0.456	0.138	3.031
Strategi Bisnis -> Kinerja Bisnis	0.305	0.303	0.113	2.700

Sumber: Data primer diolah Tahun 2018

Hasil uji menunjukkan bahwa :

1. Karakteristik Entrepreneur (X) memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja bisnis (Y), karena nilai t statistik sebesar 9,072 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga hipotesis H_1 yang berbunyi Karakteristik Entrepreneur berpengaruh terhadap Strategi bisnis dapat dinyatakan diterima.
2. Karakteristik Entrepreneur (X) memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis (Z), karena nilai t statistik sebesar 3.031 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga hipotesis H_2 yang berbunyi Karakteristik Entrepreneur berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis dapat dinyatakan diterima.
3. Strategi bisnis (Z) memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja bisnis (Y), karena nilai t statistik sebesar 2,700 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga hipotesis H_3 yang berbunyi Strategi bisnis berpengaruh terhadap Kinerja bisnis dapat dinyatakan diterima.
4. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung dapat menggunakan Sobel Test. Sobel Test merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut.

Path	b		SE	
	Z<-- X	Y<--Z	Z<-- X	Y<--Z
Y <-- Z <--X	0.606	0.305	0.795	0.761



$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 SE_a^2) + (a^2 SE_b^2)}}$$

$$z = \frac{0.606 \times 0.305}{\sqrt{(0.305^2 \times 0.795^2) + (0.606^2 \times 0.761^2)}}$$

$$z = \frac{0.185}{\sqrt{(0.059) + (0.213)}}$$

$$z = \frac{0.185}{\sqrt{0.271}}$$

$$z = \frac{0.185}{0.521}$$

$$Z = 0.355$$

Nilai t sebesar 0,355 < 1,96 yang berarti bahwa parameter mediasi tersebut tidak signifikan. Maka dengan demikian model Pengaruh Tidak Langsung karakteristik entrepreneur terhadap Kinerja usaha Wanita UMKM melalui strategi bisnis tidak dapat diterima. (Tidak terbukti)

4

6. Pembahasan

Pengaruh karakteristik entrepreneur Terhadap Kinerja usaha Wanita UMKM

Hasil pengujian hipotesis satu menunjukkan bahwa ada pengaruh karakteristik wirausaha Terhadap Kinerja usaha Wanita sebesar 0,417. Hasil ini membuktikan bahwa karakteristik entrepreneur berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha, meski pengaruh karakteristi wirausaha tidak besar namun ini merupakan modal dasar menjalankan usaha terutama di dalam menghadapi persaingan bisnis dan juga dapat digunakan untuk merencanakan masa depan usahanya. Karakteristik wirausaha yang lebih kuat dari pemilik UKM akan berdampak pada kinerja bisnis. Karakteristik kewirausahaan adalah ciri-ciri pemilik usaha kecil dan menengah, yang terdiri dari faktor percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi masa depan. Bahwa para wanita mempunyai keyakinan, usaha yang dijalankan pasti sukses, untuk itu perlu dilakukan pengembangan inovasi produk. Wanita wirausaha paham bahwa dunia bisnis penuh dengan tantangan bisnis karena itu dalam menjalankan usahanya keaslian ide sangat diperlukan dan memimpin perusahaannya dengan kasih sayang untuk mencapai kinerja bisnis. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya dari Zoysa dan Herath (2007); Lee dan Tsang (2001); Street and Cameron (2007); Blackman (2003); Nimalathasan (2008); Solichin (2005), yang semuanya berpendapat pemilik / manajer merupakan faktor kunci kinerja bisnis.

Pengaruh karakteristik wirausaha Terhadap strategi bisnis UMKM

Hasil pengujian hipotesis dua menunjukkan bahwa ada pengaruh karakteristik wirausaha Terhadap strategi bisnis sebesar 0,606. Hasil ini membuktikan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh langsung terhadap strategi bisnis. Wanita pelaku usaha mempunyai keyakinan yang tinggi bahwa usaha yang dijalankan akan mempunyai kinerja yang baik. Dampak dari karakteristik entrepreneur yang baik maka usahanya mempunyai tujuan yang jelas untuk mempertahankan pelanggan maka para wanita memperbaiki produknya sesuai dengan pasar. Strategi pemasaran UMKM diarahkan untuk memenangkan persaingan di suatu pasar sasaran. Suatu persaingan akan dimenangkan jika strategi pemasaran produsen mampu menciptakan strategi bersaing (*competitive strategy*) yang mempunyai keunggulan bersaing dikemukakan oleh Porter (1991). "Strategi bersaing merupakan suatu kombinasi antara tujuan yang diperjuangkan perusahaan dengan alat (kebijakan) yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut atau pencarian posisi yang menguntungkan dalam suatu industri sebagai tempat persaingan". Dalam memilih suatu strategi bersaing ada dua faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu; daya tarik suatu industri untuk memberikan tingkat laba jangka panjang dan penentuan posisi relatif dalam suatu industry

Pengaruh strategi bisnis Terhadap Kinerja bisnis

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa strategi bisnis berlangsung terhadap kinerja bisnis sebesar 0,303. Hasil ini menunjukkan bahwa wanita pelaku usaha mencari peluang pasar dengan memilih strategi yang sesuai dengan tujuan usaha bisnisnya. Pada usaha UMKM strategi bisnis tidak dinyatakan secara terbuka dan jelas. Pelaku UMKM menjalankan usaha dengan strategi yang mengalir yang mampu meningkatkan keuntungan, jumlah pelanggan meningkat, menguasai pasar, mampu mengembangkan produk dan memperhatikan kepuasan konsumen.

Pengaruh tidak langsung karakteristik wirausaha terhadap kinerja bisnis melalui strategi bisnis.

Hasil uji sobel menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung langsung karakteristik wirausaha terhadap kinerja bisnis melalui strategi bisnis tidak dapat diterima karena t statistik $< t$ tabel. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak mampu memediasi karakteristik wirausaha dan kinerja bisnis pada umkm wanita di suarabaya. Bahwa pada usaha kecil menengah yang dikelola wanita tujuan bisnis tidak jelas, strategi bisnis yang dijalankan mengalir sesuai dengan lingkungan pasar. McCarthy (2003) menjelaskan strategi bisnis dalam UMKM tidak terlalu formal, strategi bisnis biasanya berasal dari pemilik/pengelola sebagai kunci pembuat keputusan. Schindehutte dan Morris (2001) menjelaskan bahwa karena perusahaan kecil biasanya tidak memiliki pernyataan tertulis dalam pembuatan strategi, strategi mereka disimpulkan dari pola perkembangan perilaku pemilik/pengelola dan alokasi sumber daya. Karena perusahaan kecil biasanya tidak memiliki pernyataan strategi secara tertulis, strategi mereka disimpulkan dari pola perkembangan perilaku pemilik/pengelola dan alokasi sumber daya (Boohene, *et al.* 2008).

7. Simpulan

Hasil penelitian menunjukan 3 hipotesis yang diajukan diterima yaitu karakteristik entrepreneur berpengaruh terhadap strategi bisnis dan kinerja bisnis serta strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja bisnis usaha wanita wirausaha. Namun strategi bisnis tidak mampu menjadi mediator pengaruh karakteristik entrepreneur terhadap kinerja bisnis. Hasil ini menunjukkan bahwa karakteristik entrepreneur mempengaruhi pemilihan strategi bisnis usaha wanita, bahwa strategi yang dipilih tidak pernah diungkapkan secara jelas. Para wanita menjalankan usaha dengan tujuan untuk mendapatkan penghasilan dan keuntungan .

8. DAFTAR PUSTAKA

- Ardichvili, A., R. Cardozo, 2003, "A theory of entrepreneurial Opportunity Identification and development", *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, pp. 105-23.
- Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Diakses dari www.bi.go.id pada tanggal 12 Oktober 2017
- Boohene, R., A. Sheridan, and B. Kotey. 2008, "Gender, personal values, strategies and small business performance", *Equal Opportunities International*, Vol. 27 No. 3, pp. 237-257.
- Degbite, S.A.; M.O Ilori ; I.A Irefin, I.O Abereijo, H.O.S Aderemi. 2006, Evaluation of the impact of Entrepreneurial Characteristics on the Performance of small scale manufacturing industries in nigeria. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability* Volume III, Issue 1
- Ghozali, I. 2005. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos ver 5.0*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2005.
- Lee, H; Lee, J; Shim, Kwansub; Lee, H, 2016 "entrepreneurial Characteristics: a systematic literature review". *PACIS 2016 Proceedings*. 81.
- Liang, K., J. Dunn. 2010. Entrepreneurial Characteristics, Optimism, Pessimism, and Realism – Correlation or Collision. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22 (1), 1-22.
- Li, H., Y.Zhang, T.S.Chan, 2005. Entrepreneurial Strategy Making and Performance in China's New Technology Ventures –The Contingency Effect of Environment and Firm Competence, *Strategic Management Journal*, 16, 37-57.
- Li, X. 2009. Entrepreneurial Competencies as an Entrepreneurial Distinctive: An Examination of the Competency Approach in Defining Entrepreneurs. *Dissertations and Theses Collection*. Institutional Knowledge at Singapore Management University.
- Mahmood, R., Hanafi. 2013. Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Science* Vol. 4 No. 1.
- Merredith, G.G., Robert, E.N., A.N. Phillip. 2000. *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*, Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Carthy, Mc. 2003, Strategy is personality-driven, stratgt is crisis –driven insights from entrepreneurial firms, *managerment Decision*, Vol.41 issue:4. pp327-339.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. 1978. *Organizational Strategy, Structure, and Process*. New York: McGraw-Hill.
- Roper, S, 1998, Entrepreneurial Characteristics, Strategic Choice and Small Business Performance, *Small Business Economics* 11 : 11–24.

- Sarwoko,E,Surachman,T.Armanu,D.Hadiwidjojo.2013.
Entrepreneurial Characteristics and Competency as Determinants of Business Performance in SMEs. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X. Volume 7, Issue 3 PP 31-38
- Schindehutte,M, M.H. Morris, 2001 "Understanding strategic adaptation in small firms", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 7 Issue: 3, pp.84-107,
- Voss.G.B; Z.G.Voss.2000 Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment. *Journal of Marketing: January* , Vol. 64, No. 1, pp. 67-83.
- Zoysa, A. De & Herath, S.K. The impact of owner/managers' mentality on financial performance of SMEs in Japan: An empirical investigation. *Journal of Management Development*, 26(7), 2007

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Hatane Samuel, Vony Wijaya. "ANALISIS KEPERCAYAAN, MOTIVASI DAN KEPUASAN ORANG TUA SISWA SMA KRISTEN PETRA 1 SURABAYA", 'Petra Christian University', 2017 Internet Source	2%
2	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	2%
3	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	2%
4	ejournal.up45.ac.id Internet Source	2%
5	heavenlyreno.netlify.app Internet Source	2%
6	ejournal.uksw.edu Internet Source	2%
7	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	1%
8	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%



Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off