

**HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN
DENGAN VOLUME PENJUALAN USAHA KECIL KAYU DAN
MEUBEL PADA KELURAHAN PONDOK BAMBU DI
JAKARTA TIMUR**

**EVA NURHAYATI
8125077929**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**

**KONSENTRASI PENDIDIKAN EKONOMI KOPERASI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2011**

**RELATIONSHIP BETWEEN KNOWLEDGE
ENTREPRENEURSHIP SMALL BUSINESS WITH SALES
VOLUME OF WOOD AND WARD FURNITURE ON PONDOK
BAMBU IN EAST JAKARTA**

**EVA NURHAYATI
8125077929**



**This thesis is Prepared For One Of Requirements For Getting a Bachelor
Degree Education**

**CONCENTRATION OF ECONOMIC EDUCATION
COOPERATIVE
ECONOMIC EDUCATION STUDY PROGRAM
DEPARTMENT OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE
FACULTY OF ECONOMICS
JAKARTA STATE UNIVERSITY
2011**

ABSTRAK

EVA NURHAYATI. Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan Volume Penjualan Usaha Kecil Kayu dan Meubel Pada Kelurahan Pondok Bambu Jakarta Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empiris dan fakta yang valid serta dapat dipercaya mengenai, Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan Volume Penjualan Usaha Kecil Kayu dan Meubel Pada Kelurahan Pondok Bambu Jakarta Timur.

Penelitian dilakukan di Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur, selama 2 (dua) bulan terhitung mulai bulan Juni samapai dengan Juli 2011. Metode yang digunakan adalah metode ekspos fakto dengan pendekatan korelasional. Sampel pada penelitian ini adalah para pengusaha-pengusaha kayu dan meubel sebanyak 36 orang. Jumlah sampel diambil dari jumlah populasi terjangkau pengusaha kayu dan meubel di Kelurahan Pondok Bambu Jakarta Timur.

Untuk menjaring data dari variabel X digunakan instrumen penelitian berbentuk skala dikotomi dari Guttman, sedangkan variabel Y digunakan data sekunder yang didapat dari laporan volume penjualan perusahaan atau industri. Sebelum instrumen variabel X (Pengetahuan Kewirausahaan) digunakan, dilakukan uji validitas isi yang dilanjutkan dengan proses kalibrasi yaitu perhitungan koefisien korelasi skor butir dengan skor total serta uji reabilitas. Setelah dilakukan perhitungan dari 40 pernyataan yang diujicobakan kepada 30 responden diperoleh 30 pernyataan valid dan 10 pernyataan drop. Kemudian dari hasil ujicoba instrumen diperoleh reabilitas variabel X sebesar 0,95. Ini membuktikan bahwa instrumen penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi.

Persamaan model regresi linier sederhana menghasilkan bentuk regresi $\hat{Y} = -430,19 + 22,38X$. Selanjutnya uji persyaratan analisis yaitu menguji normalitas galat taksiran Y atas X dengan uji Liliefors, diperoleh kesimpulan galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan oleh perhitungan yang menunjukkan bahwa $L_{hitung} (0,0686) < L_{tabel} (0,1476)$.

Pengujian hipotesis dengan uji keberartian regresi memperoleh $F_{hitung} (44,25) > F_{tabel} (4,13)$ yang menyatakan bahwa regresi berarti, sedangkan uji linieritas regresi yang menghasilkan $F_{hitung} (13,17) > F_{tabel} (2,26)$ sehingga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan adalah tidak linier.

Besarnya koefisien korelasi dengan menggunakan rumus Product Moment menghasilkan r_{XY} sebesar 0,89. Kemudian uji signifikan koefisien korelasi dengan

menggunakan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 11,28 dan t_{tabel} sebesar 1,70. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan Volume Penjualan Usaha Kecil Kayu dan Meubel Pada Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur. Koefisien determinasi menghasilkan r_{XY} sebesar 79,21%. Ini menunjukkan bahwa 79,21% variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X, dan sisanya dipengaruhi oleh strategi promosi, penetapan harga, distribusi, keterampilan tenaga kerja dan selera masyarakat dan lain-lain.

Penelitian menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan Volume Penjualan Usaha Kecil Kayu dan Meubel Pada Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan usaha kecil, maka para pengusaha senantiasa selalu meningkatkan pengetahuan kewirausahaan mereka dan menerapkannya dalam bisnis yang mereka jalankan. Untuk itu diharapkan para pengusaha agar selalu mengikuti perkembangan informasi dan selalu menghidupkan inovasi serta selalu aktif dalam memasarkan produk mereka. Diharapkan mereka meningkatkan kerjasama diantara para pengusaha dan pemerintah demi perkembangan usaha dan perbaikan kondisi ekonomi Indonesia.

ABSTRACT

EVA NURHAYATI. *The relationship between Knowledge Entrepreneurship in Small Business Sales Volume of Wood and Furniture In Kelurahan Pondok Bambu, East Jakarta. Script, Jakarta: Economic Education Cooperative Studies Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, in July 2011.*

This study aims to obtain empirical data and facts are valid and credible, The relationship between Knowledge Entrepreneurship in Small Business Sales Volume of Wood and Furniture In Kelurahan Pondok Bambu, East Jakarta.

The study was conducted in Kelurahan Pondok Bambu, East Jakarta, for 2 (two) months commencing June samapai by July 2011. The method is a method of exposure diguanakan facto correlational approach. The sample in this study were the businessmen of wood and furniture as many as 36 people. The number of samples taken from the population of entrepreneurs affordable wood and furniture in Kelurahan Pondok Bambu, East Jakarta.

To capture data from variable X used research instruments in the form of dichotomous Guttman scale, while the variable Y used secondary data obtained from reports of sales volume company or industry. Before the instrument variable X (Knowledge Entrepreneurship) is used, tested the validity of the contents of a calibration process that is followed by calculating the correlation coefficient score points with a total score as well as test reabilitas. After calculation of the 40 statements tested on 30 respondents obtained 30 statements and 10 statements valid drop. Then from the results obtained by testing the instrument reliability variable X of 0.95. This proves that the instrument of this study have high reliability.

Simple linear regression model equation yields a regression $\hat{Y} = -430,19 + 22,38X$. Further analysis of test requirements to test the normality of the error estimate of Y on X with Liliefors test, conclusions obtained by the estimated error of regression of Y on X is normally distributed. This is evidenced by calculations showing that $L_{hitung} (0,0686) < L_{tabel} (0,1476)$.

Testing hypotheses with regression test keberartian F_{hitung} obtain $F_{hitung} (44,25) > F_{tabel} (4,13)$ which states that the regression mean, while the linearity of regression tests that produce $F_{hitung} (13,17) > F_{tabel} (2,26)$ thus indicates that the regression model used is not linear.

Magnitude of the correlation coefficient using the formula produces r_{XY} Product Moment of 0.89. Then a significant test of correlation coefficients obtained by using the t test for t_{hitung} sebesar 11,28 dan t_{tabel} of 1.70. Because $t_{hitung} > t_{tabel}$ it can be concluded that there is a positive relationship between the

Knowledge Entrepreneurship in Small Business Sales Volume of Wood and Furniture Village At Pondok Bambu, East Jakarta. The coefficient of determination yield of 79.21% r_{xy} . This shows that 79.21% variation in Y is determined by the variable X, and the rest are influenced by promotional strategies, pricing, distribution, manpower skills and tastes of the community and others.

The study concludes that there is a positive and significant relationship between the Knowledge Entrepreneurship in Small Business Sales Volume of Wood and Furniture In Kelurahan Pondok Bambu, East Jakarta.

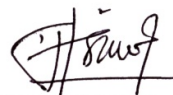



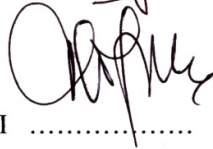
From the results of these studies show that entrepreneurial knowledge is one of the factors that affect the volume of sales of small businesses, the entrepreneurs has always been increasing their entrepreneurial knowledge and apply it in the business they run. For that is expected of employers to keep abreast of information and always bring innovation and always active in marketing their products. They were expected to improve cooperation between the employers and the government for business development and improvement of the economic conditions of Indonesia.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Nurahma Hajat, M.Si.
NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Siti Nurjanah, SE. M.Si.</u> NIP. 197201141998022001	Ketua		2/8 - 2011
2. <u>Karuniana Dianta A.S S.IP. M.E</u> NIP. 198009242008121002	Sekretaris		3/8 - 2011
3. <u>Dr. I Ketut R. Sudiarditha, M.Si</u> NIP. 195602071986021001	Penguji Ahli		3/8 - 2011
4. <u>Dra. Endang Sri Rahayu, M.Pd</u> NIP. 195303201982032001	Pembimbing I		3/8 - 2011
5. <u>Dr. Haryo Kuncoro, SE. M.Si</u> NIP. 197002072008121001	Pembimbing II		2/8 - 2011

Tanggal Lulus, 21 Juli 2011

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2011

Yang Membuat Pernyataan

EVA NURHAYATI

NIM. 8125077929

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, peneliti panjatkan karena kasin dan anugrah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan Volume Penjualan Usaha Kecil Kayu dan Meubel Pada Kelurahan Pondok Bambu Jakarta Timur”**.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Ekonomi Koperasi, Jurusan Ekonomi & Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun baik dari segi materi dan pembahasannya sangat peneliti harapkan.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Endang sri Rahayu, M.Pd., selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan dorongan moril, dan meluangkan waktu serta mengarahkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan pula kepada Bapak Dr. Haryo Kuncoro, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing dua yang telah banyak membantu peneliti dalam memberikan masukan yang sangat peneliti perlukan sehingga peneliti dapat menyempurnakan skripsi ini dengan baik. Selain itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Nurahma Hajat, M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Ari Saptono, SE, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi
3. Bapak Dr. Saparuddin SE. M.Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi
4. Ibu Dr. Siti Nurjanah, SE. M.Si., selaku Ketua Konsentrasi Pendidikan Ekonomi Koperasi
5. Ibu Dra. Endah Sulistiyo, selaku Pembimbing Akademik
6. Bapak dan Ibu peneliti yang selalu mendukung dalam Doa, kasih sayang dan semua bentuk dukungan yang lainnya.

7. Kakak dan adik peneliti, kak'desi Maryanti, adik Bintara Michael dan adik Vita Sari yang memberikan dukungan doa, semangat yang menjadi motivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen, Karyawan Fakultas Ekonomi khususnya Dosen Ekonomi Koperasi
9. Seluruh staff dan karyawan perpustakaan FE, UNJ serta BAAK.
10. Bapak Drs. H. Murdhani, M.H., selaku Walikota Jakarta Timur dan Bapak Ketua Kesatuan Bangsa serta Ibu Ketua Tata Pemerintahan, yang telah mengeluarkan surat perizinan penelitian di Kelurahan Pondok Bambu.
11. Bapak Eddy M., selaku Sekretaris Kelurahan Pondok Bambu, yang telah membantu penelitian dalam menyebarkan instrumen penelitian serta seluruh staff Kelurahan Pondok Bambu yang telah menerima peneliti dengan baik.
12. Para pengusaha kayu dan meubel yang telah meluangkan waktunya membantu penelitian guna memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
13. Kelompok Kecil. Kak Riry Elsa br.Pangaribuan, Evaliani br. Manurung, (Uget), Irnawaty br. Pakpahan (Irna) dan Nyoman Pujian (Uming) selalu mendukung dalam Doa, memberikan saran dan kritik yang sangat membangun dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Sahabat seperjuangan. Suminar br. Hutasoit, Christina br. Panjaitan, Irma, Tuty br. Sihotang, Echa, Dewi.
15. Teman Ekoper's. Tya, Lita, Novi, Layli, Iin, Desy, Ayu, Citra, Nenden, Irpan, dan seluruh teman-teman Ekoper's Non_Reg & Reg yang selalu menjadi acuan bagi kesuksesan skripsi ini dan menjadi tempat sharing masa perkuliahan yang selalu membawa kegembiraan.

Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan semua pihak yang berkepentingan. Penulis sadar betul bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis menghharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun

Jakarta, Juli 2011

Peneliti,

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	11
D. Perumusan Masalah	11
E. Kegunaan Penelitian	12
BAB II PENYUSUNAN DESKRIPSI TEORETIS, KERANGKA BERPIKIR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	13
A. Deskripsi Teoretis	13
1. Volume Penjualan	13
2. Pengetahuan Kewirausahaan	19
3. Usaha Kecil	42
B. Kerangka Berpikir	44
C. Perumusan Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Tujuan Penelitian	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	48
1. Tempat Penelitian	48
2. Waktu Penelitian	49
C. Metode Penelitian	49

D. Konstelasi Hubungan Antar Variabel/Desain Penelitian	50
E. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	50
F. Teknik Pengumpulan Data/Instrumen Penelitian	52
1. Volume Penjualan	52
a. Definisi Konseptual	52
b. Defisini Operasional	52
2. Pengetahuan Kewirausahaan	53
a. Definisi Konseptual	53
b. Definisi Operasional	53
c. Kisi-Kisi Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan	53
d. Validasi Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan	55
G. Teknik Analisis Data	57
1. Persamaan Regresi	58
2. Uji Persyaratan Analisis	58
3. Uji Hipotesis	59
a. Uji Keberartian Regresi	59
b. Uji Linieritas Regresi	60
c. Perhitungan Koefisien Korelasi	61
d. Uji Keberartian Koefisien Korelasi	61
e. Uji Koefisien Determinasi	62
BAB IV HASIL PENELITIAN	63
A. Gambar Umum Data Penelitian	63
B. Deskripsi Data	63
1. Data Volume Penjualan	64
2. Data Pengetahuan Kewirausahaan.....	66
C. Analisis Data	80
1. Persamaan Garis Regresi	80
2. Pengujian Persyaratan Analisis	81
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	82
D. Interpretasi Penelitian	84
E. Keterbatasan Penelitian.....	85

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	86
A. Kesimpulan	86
B. Implikasi	87
C. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal.
Lampiran 1. Surat Ijin Observasi Suku Dinas Koperasi dan UKM Jakarta Timur	94
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian Kelurahan Pondok Bambu Jakarta Timur	95
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian KESBANG	96
Lampiran 4. Surat Keputusan Penelitian Walikota Jakarta Timur	97
Lampiran 5. Surat Keterangan Penelitian Kelurahan Pondok Bambu.....	99
Lampiran 6. Instrumen penelitian uji coba variabel X	100
Lampiran 7. Skor data uji coba instrumen penelitian variabel X	104
Lampiran 8. Langkah-langkah perhitungan uji validitas variabel X	105
Lampiran 9. Tabel data hasil perhitungan uji validitas variabel X	106
Lampiran 10. Tabel rekapitulasi uji validitas variabel X	107
Lampiran 11. Data uji coba reliabilitas variabel X.....	108
Lampiran 12. Langkah-langkah Perhitungan Reliabilitas variabel X.....	109
Lampiran 13. Perhitungan Reliabilitas variabel X	110
Lampiran 14. Data mentah variabel X.....	111
Lampiran 15. Data mentah variabel Y	112
Lampiran 16. Tabel perhitungan rata-rata, varians dan simpangan baku variabel X dan Y	113

Lampiran 17. Perhitungan rata-rata, varians dan simpangan baku variabel X dan Y.....	114
Lampiran 18. Perhitungan rentang kelas, banyak kelas, panjang kelas, rata-rata dan simpangan baku variabel X	115
Lampiran 19. Perhitungan rentang kelas, banyak kelas, panjang kelas, rata-rata dan simpangan baku variabel Y	116
Lampiran 20. Data berpasangan variabel X dan Y	117
Lampiran 21. Perhitungan untuk persamaan regresi linier $\hat{Y} = -430,19 + 22,38X$	118
Lampiran 22. Tabel perhitungan untuk menggambar grafik regresi	120
Lampiran 23. Grafik persamaan regresi $\hat{Y} = -430,19 + 22,38X$	121
Lampiran 24. Tabel Perhitungan rata-rata, varians dan simpangan baku regresi $\hat{Y} = -430 + 22,38X$	122
Lampiran 25. Perhitungan rata-rata, varians dan simpangan baku regresi $\hat{Y} = -430 + 22,38X$	123
Lampiran 26. Langkah-langkah uji normalitas galat taksiran	124
Lampiran 27. Tabel perhitungan normalitas galat taksiran Y atas X regresi $\hat{Y} = -430 + 22,38X$	125
Lampiran 28. Perhitungan uji keberartian regresi	126
Lampiran 29. Perhitungan uji kelinieran regresi	128
Lampiran 30. Tabel Perhitungan JK (G).....	130

Lampiran 31. Tabel Anava untuk uji keberartian dan uji kelinieran regresi.	131
Lampiran 32. Perhitungan koefisien korelasi product moment.....	132
Lampiran 33. Perhitungan uji signifikansi	133
Lampiran 34. Perhitungan uji koefisien determinasi	134
Lampiran 35. Tabel nilai-nilai r Product Moment dari Pearson.....	135
Lampiran 36. Nilai Kritis L untuk uji lilliefors	136
Lampiran 37. Tabel kurva normal persentase	137
Lampiran 38. Nilai Persentil untuk distribusi t	138
Lampiran 39. Nilai Persentil untuk distribusi f	139

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Nilai-nilai dan Perilaku Kewirausahaan	35
Tabel II.2 Klasifikasi Usaha Skala Kecil Menurut Omzet.....	44
Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan.....	54
Tabel III.2 Skala Pengukuran Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan	54
Tabel III.3 Tabel Anava	60
Tabel IV.1 Distribusi Frekuensi Volume Penjualan.....	64
Tabel IV.2 Distribusi Frekuensi Mengingat.....	67
Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Memahami	69
Tabel IV.4 Distribusi Frekuensi Aplikasi	71
Tabel IV.5 Distribusi Frekuensi Peran dan Tanggung Jawab	73
Tabel IV.6 Distribusi Frekuensi Kepribadian dan Kemampuan Diri	74
Tabel IV.7 Distribusi Frekuensi Bidang Usaha dan Lingkungan Usaha	75
Tabel IV.8 Distribusi Frekuensi Manajemen dan Organisasi Bisnis.....	76
Tabel IV.9 Distribusi Frekuensi Pengetahuan Kewirausahaan	77
Tabel IV.10 Distribusi Frekuensi Pengetahuan Kewirausahaan	79
Tabel IV.11 ANAVA untuk Uji Keberartian dan Kelinieran Persamaan Regresi Pengetahuan Kewirausahaan dengan Volume Penjualan Usaha Kecil $\hat{Y} = -430,19 + 22,38X$	82
Tabel IV.12 Pengujian Koefisien Korelasi antara X dan variabel Y.....	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV.1 Grafik Histogram Volume Penjualan	65
Gambar IV.2 Grafik Lingkaran Mengingat.....	68
Gambar IV.3 Grafik Lingkaran Memahami.....	69
Gambar IV.4 Grafik Lingkaran Aplikasi	71
Gambar IV.5 Grafik Lingkaran Peran dan Tanggung Jawab.....	73
Gambar IV.6 Grafik Lingkaran Kepribadian dan Kemampuan Diri.....	74
Gambar IV.7 Grafik Lingkaran Bidang Usaha dan Lingkungan Usaha	75
Gambar IV.8 Grafik Lingkaran Manajemen dan Organisasi Bisnis.....	77
Gambar IV.9 Grafik Lingkaran Pengetahuan Kewirausahaan	78
Gambar IV.10 Grafik Histogram Pengetahuan Kewirausahaan.....	80
Gambar IV.11 Grafik Persamaan Garis Regresi $\hat{Y} = -430,19 + 22,38X..$	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tantangan dalam mewujudkan pembangunan di bidang ekonomi pada masa depan semakin berat, terutama dalam mewujudkan dunia usaha yang tangguh dan kuat guna memperkuat struktur perekonomian nasional. Sesuai amanat konstitusi Undang-Undang Dasar 1945, bahwa perekonomian harus disusun berdasarkan azas kekeluargaan, maka yang diutamakan adalah kemakmuran orang-orang. Oleh sebab itu kekuatan ekonomi yang ada di masyarakat harus terus dikembangkan dan saling melengkapi.

Salah satu strategi ke arah tersebut adalah melalui pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang ternyata sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian nasional, mewujudkan tujuan pembangunan nasional, dan kegiatannya menyentuh langsung kebutuhan hidup masyarakat terutama rakyat kecil, serta sebagai salah satu sarana untuk mewujudkan demokrasi ekonomi.

Ketangguhan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menghadapi krisis telah teruji, ketika UMKM berkontribusi 53 % dari Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2009. Berdasarkan kontribusinya, UMKM disebut paling penting dalam menggerakkan ekonomi Nasional. Sandiaga Uno, dalam membuka sambutannya pada acara Rapat Koordinasi Nasional UMKM di Jakarta Convention Center (JCC). Ia mengungkapkan,

saat ini populasi UMKM nasional mencapai 51,26 juta unit usaha atau 99 % dari seluruh unit usaha yang ada di tanah air.¹ Disamping itu sampai akhir 2001 UMKM mampu menyerap 76.547.629 orang tenaga kerja atau 99,45 % dari seluruh tenaga kerja nasional yang bekerja, meliputi 88,7 % di usaha kecil dan 10,75 % di usaha menengah.

Kenyataannya ketangguhan para pengusaha kecil, dalam menghadapi krisis ekonomi tidak serta merta membuat mereka dapat lebih mudah untuk berkembang. Banyak faktor yang menyebabkan mereka sulit untuk berkembang menjadi besar. Kendala dalam hal permodalan dipercaya merupakan faktor dominan yang selalu menghambat mereka. Kita ketahui bersama pengusaha industri kecil biasanya menjalankan usahanya dengan modal sendiri dalam arti modal milik pribadi yang relatif kecil karena mereka tidak mengedarkan saham, obligasi, ataupun surat-surat utang lainnya yang dimaksudkan untuk menambah permodalan seperti pengusaha-pengusaha besar lainnya. Untuk menghadapi kendala ini mereka biasanya mengajukan kredit ke bank-bank yang ada. Akan tetapi berbagai proses peminjaman yang berbelit-belit, suku bunga kredit yang terlalu tinggi dan prinsip kehati-hatian bank yang diskriminatif terhadap mereka membuat pengusaha kecil enggan untuk berurusan dengan lembaga keuangan ini.

Dilihat dari sisi manajemen, pengusaha industri kecil masih memiliki kelemahan dalam hal manajerial. Kegiatan usaha yang dilakukan sering tanpa perencanaan yang matang, pembagian kerja yang tidak jelas, dan pengawasan

¹ Sandiagio Uno, *UMKM sumbang 53% PDB 2009* (www.jurnalukm.wordpress.com) Diakses tanggal 01 Maret 2011

yang lemah. Begitu pula dalam hal administrasi dimana pembukuan belum mendapat perhatian yang serius. Selain itu juga sulit untuk membedakan mana modal yang menjadi milik perusahaan dan mana modal yang dimiliki oleh pengusaha. Oleh karenanya seringkali terjadi penyalahgunaan modal oleh pengusaha sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya.

Struktur tenaga kerja yang bekerja di industri kecil juga masih merupakan kendala yang harus ditanggulangi. Mereka yang bekerja pada pengusaha industri kecil sebagian besar merupakan tenaga kerja yang tingkat pendidikannya masih rendah. Hal ini tentu saja sangat berpengaruh terhadap kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Oleh karena itulah pengadaan pendidikan dan pelatihan (Diklat) dalam rangka memperbaiki mutu Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki mutlak diperlukan. Akan tetapi sekali lagi pengusaha industri kecil masih terbentur oleh permasalahan dana yang terbatas untuk mengadakan Diklat yang sebenarnya merupakan *human investment* bagi perusahaan mereka.

Ditengah segala keterbatasan itu, pengusaha industri kecil sekarang harus menghadapi persaingan yang cukup ketat. Persaingan biasanya terjadi karena banyaknya produk sejenis yang dihasilkan oleh berbagai produsen baik dari dalam maupun luar negeri. Untuk itulah agar bisa tetap bertahan menghadapi persaingan ini para pengusaha industri kecil harus bisa menghasilkan keuntungan atau laba yang maksimal demi menjaga kelangsungan hidup usahanya. Salah satu caranya adalah dengan

meningkatkan volume penjualan atas barang atau produk yang dihasilkannya.

Setiap pengusaha industri kecil mempunyai tujuan akhir yaitu, memperoleh keuntungan atau laba sebagai pendukung di dalam kegiatan perusahaan. Dengan laba yang besar, modal yang dimiliki perusahaan pun akan bertambah dan kelancaran produksi akan lebih baik karena didukung oleh perputaran modal yang baik pula. Salah satu unsur yang sangat berperan dalam peningkatan laba adalah besarnya penjualan produk, atau diukur dari volume penjualannya. Hal tersebut senada dengan pendapat Swastha bahwa perusahaan umumnya memiliki tiga tujuan, yaitu: (1) mencapai volume penjualan tertentu, (2) mendapatkan laba tertentu, dan (3) menunjang pertumbuhan perusahaan.²

Pengusaha industri kecil sama seperti pengusaha-pengusaha yang lain dapat meningkatkan volume penjualannya dengan cara mempengaruhi konsumen lewat produk yang ditawarkan. Tentu kita sering mendengar anggapan miring dari sebagian masyarakat yang menyatakan bahwa produk yang dihasilkan oleh industri kecil merupakan produk yang berkualitas rendah dengan model disain yang sudah ketinggalan jaman. Hal ini menyebabkan konsumen cenderung memilih untuk membeli produk dari perusahaan besar yang sudah terjamin kualitasnya. Bahkan kemungkinan besar ketika konsumen tidak lagi mempercayai produk buatan dalam negeri,

² Basu Swastha, *Manajemen Penjualan* edisi 3 (Yogyakarta : BPFE, 1993), h. 80

mereka akan memilih untuk membeli produk impor yang berasal dari luar negeri.

Untuk itulah agar dapat bersaing, pengusaha harus kreatif dan inovatif dengan cara membuat produk yang ditawarkannya sedemikian rupa sehingga produk tersebut dapat menarik kepercayaan dan perhatian konsumen. Misalnya saja dengan cara membuat produk yang berkualitas. Kualitas mempunyai dimensi yang luas sehingga pengusaha perlu memilih karakter kualitas yang hendak diusung. Kualitas dapat berarti kenyamanan, desain yang berkelas, ketahanan penggunaan, bahan baku yang terjamin mutunya, desain yang unik, detail yang kompleks, tampilan yang simpel tetapi elegan dan sebagainya. Disisi lain karakter dibangun lewat komunikasi kepada konsumen. Disini terlihat bahwa selera masyarakat atau konsumen harus benar-benar diperhatikan dalam pembuatan suatu produk. Produsen yang tidak bisa mengikuti selera masyarakat pasti akan mudah untuk tersingkir dari pasar dan disinyalir akan mempengaruhi tingkat volume penjualannya.

Seorang pengusaha juga perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produk secara tepat dalam rangka meningkatkan volume penjualan karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli barang tersebut. Oleh karena itulah di dalam menentukan harga, pengusaha juga perlu memperhatikan berbagai faktor seperti pendapatan dan daya beli masyarakat. Harga jual yang tidak terjangkau oleh masyarakat memiliki konsekuensi rendahnya kuantitas barang yang dapat terjual. Senada dengan itu Kotler pernah mengemukakan bahwa harga

merupakan penentu utama pilihan pembeli, apalagi untuk di negara-negara miskin dan sangat menentukan pangsa pasar maupun profitabilitas perusahaan.³

Strategi promosi tidak kalah penting untuk diketahui oleh pengusaha dalam rangka meningkatkan volume penjualan. Di tengah-tengah persaingan akibat banyaknya jumlah pengusaha kecil sekarang ini, setiap pengusaha kecil perlu mempunyai strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan. Karena tidak dapat dipungkiri, bahwa promosi melalui berbagai media baik cetak maupun elektronik dengan penyajian yang beragam dan pengemasan yang menarik dapat mempengaruhi minat dan pandangan konsumen. Promosi merupakan alat yang dapat memberikan informasi bagi konsumen mengenai keberadaan dan keunggulan produk yang mereka hasilkan. Promosi berperan memberi keyakinan dan kepercayaan kepada calon pembeli. Pada akhirnya promosi berusaha mempengaruhi agar tercipta permintaan. Pengusaha berkewajiban mempertahankan dan berusaha mengembangkan permintaan tersebut. Calon pembeli yang telah terpengaruh oleh promosi akan berubah menjadi pembeli efektif, sehingga volume penjualan akan meningkat dan memberi keuntungan bagi perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan adalah distribusi. Menurut Hermawan kartajaya bahwa “sistem distribusi sangat penting, karena berkaitan dengan kebutuhan konsumen dan berpengaruh

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* Jilid 2 (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), h. 107

terhadap volume penjualan perusahaan yang bersangkutan”.⁴ Sistem distribusi melengkapi kegiatan dalam pemasaran, karena penjualan akan terjadi dengan sendirinya di tempat dimana produk tersebut dibutuhkan dan dengan sistem distribusi yang tepat, diharapkan volume penjualan perusahaan dapat meningkat.

Pengusaha harus mampu menghadapi konsumen yang sangat beragam dimana setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, maka pengusaha juga harus memiliki tenaga kerja yang terampil sehingga diharapkan dapat menghasilkan produk yang baik dan merupakan suatu keuntungan sendiri bagi perusahaan karena dapat meningkatkan volume penjualan. Begitupun sebaliknya tenaga kerja yang kurang atau tidak terampil akan berakibat tidak baik pada produk yang dihasilkan dan otomatis akan berakibat buruk pada volume penjualan.

Besar kecilnya penjualan yang diterima perusahaan dari waktu ke waktu tidaklah tetap, ada kalanya naik dan turun. Oleh karena itu untuk menjaga agar penjualan dapat menghasilkan laba. Hal ini tidak terlepas dari pengetahuan kewirausahaan dalam bidang usaha yang digeluti oleh pengusaha, karena pengetahuan kewirausahaan bagi pengusaha merupakan modal dasar untuk dapat menjalankan dan mengelola usahanya dalam meningkatkan hasil dari sumber daya yang ada. Dimana pengusaha dalam menjalani usahanya harus memiliki pemahaman mengenai usaha apa yang akan dimasuki/dirintis dan bagaimana lingkungan usaha yang ada, pengusaha

⁴ Hermawan Kartajaya, *Marketing Plus 2000, Siasat Memenangkan Persaingan Global* (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 1997), h. 39

harus mampu memiliki pemahaman tentang peran dan tanggung jawab dalam mengerjakan tugasnya dan juga pengusaha harus mampu memiliki pemahaman mengenai manajemen dan organisasi bisnisnya. Dengan memiliki pengetahuan kewirausahaan maka pengusaha dalam menjalankan usahanya secara otomatis dapat mencapai tujuan yaitu menghasilkan keuntungan atau laba yang maksimal, yang dapat diukur melalui peningkatan volume penjualannya. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki pengusaha maka akan semakin besar peluang bagi perusahaan untuk dapat mencapai tujuan yang akan dicapai.

Menurut Hisrich dan Peters yang dikutip oleh Buchari Alma “Pendidikan formal dan pengalaman bisnis kecil-kecilan yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadi potensi utama untuk menjadi wirausaha yang berhasil. Oleh sebab itu dikatakan *entrepreneur are not born, they develop.*”⁵

Objek penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Pondok Bambu dengan 12 RW dan 174 RT merupakan salah satu kelurahan yang memiliki pengusaha meubel dengan jumlah besar di Jakarta Timur. Saat ini jumlah pengusaha meubel di Kelurahan Pondok Bambu tercatat sebanyak 228 perusahaan. Menurut Bapak Gonil sebagai salah satu pengusaha meubel di kelurahan ini menceritakan bahwa pada umumnya pengusaha meubel awalnya adalah para pekerja pada perusahaan meubel namun setelah itu mereka membuka usaha sendiri dan pada umumnya berasal dari usaha yang “turun-temurun” dalam arti berasal dari usaha kerajinan dari kakek, orang tua

⁵ Buchari Alma, *kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 10

dan diteruskan anak dan cucu. Keterlibatan faktor keluarga sangat dominan, terutama dalam melaksanakan semua kegiatan usahanya. Dari kondisi tersebut, karakteristik pengusaha pengerajin dapat dilihat dari latar belakang pendidikan mereka, yang pada umumnya rendah. Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi yang peneliti adakan, bila dilihat dari latar belakang pendidikan, dari jumlah 228 pengusaha dapat diketahui sebagai berikut: sekolah dasar (45%); Sekolah Menengah Atas (46%) dan Diploma tiga & Strata satu (9%).

Berdasarkan data dari hasil observasi menunjukkan bahwa pada tahun 2008 untuk pengusaha kecil kayu dan meubel kapasitas produksi per-bulan 12.020 unit dengan nilai 129 juta rupiah. Gambar tersebut dibanding tiga tahun sebelumnya mengalami kenaikan 12%, namun demikian tidak terjadi pada semua pengusaha. Kondisi ini tidak terjadi untuk semua pengusaha akan tetapi hanya terjadi untuk sebagian pengusaha, sedangkan sebagian lainnya tidak mengalami perubahan omset penjualan. Berdasarkan data diatas dapat dianalisis perkembangan pengusaha dapat dibedakan menjadi pengusaha yang berkembang (dinamis), pengusaha statis dan yang menurun

Banyak faktor yang mempengaruhi omset penjualan atau volume penjualan pengusaha kayu dan meubel diantaranya adalah: permodalan, hal manajerial, tingkat pendidikan tenaga kerja masih rendah, persaingan, pemasaran, informasi, distribusi, kemampuan dalam menetapkan harga jual produk, pengetahuan kewirausahaan dan lainnya.

Berdasarkan pengamatan di lapangan nampaknya pengusaha yang volume penjualannya meningkat adalah pengusaha yang cukup agresif dan atraktif serta didukung motivasi berusaha yang baik, memiliki latar belakang pengetahuan kewirausahaan yang tinggi sehingga mampu meningkatkan volume penjualannya. Sementara pengusaha yang statis dan banyak berharap mendapatkan bantuan dari pihak lain, serta tidak didorong motivasi dan pengetahuan kewirausahaan yang kurang baik mengakibatkan volume penjualannya cenderung menurun.

Kondisi tersebut perlu disikapi dengan baik oleh pengusaha kecil tersebut untuk tetap eksis dalam meningkatkan volume penjualan guna mengembangkan perusahaannya. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui seberapa jauh pengetahuan kewirausahaan berdampak pada volume penjualan industri kecil.

B. Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah terdapat hubungan antara selera konsumen dengan volume penjualan usaha kecil?
- 2) Apakah terdapat hubungan antara penetapan harga produk dengan volume penjualan usaha kecil?
- 3) Apakah terdapat hubungan antara strategi promosi dengan volume penjualan usaha kecil?

- 4) Apakah terdapat hubungan antara distribusi dengan volume penjualan usaha kecil?
- 5) Apakah terdapat hubungan antara keterampilan tenaga kerja dengan volume penjualan usaha kecil?
- 6) Apakah terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil?

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, ternyata bahwa masalah volume penjualan menyangkut faktor-faktor permasalahan yang luas dan rumit sifatnya. Karena keterbatasan peneliti dalam waktu, dana dan tenaga yang mampu dikerahkan untuk maksud pemecahan keseluruhan masalah itu. Maka peneliti membatasi permasalahan, masalah yang diteliti hanya pada masalah “hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut, “Apakah terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil?”.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

- 1) Peneliti, yaitu untuk meningkatkan wawasan pengetahuan dan kemampuan menganalisis masalah dalam dunia usaha.
- 2) Koperasi, yaitu sebagai bahan masukan dan pertimbangan koperasi dalam memecahkan masalah yang berhubungan dengan penelitian ini.
- 3) Universitas Negeri Jakarta, yaitu sebagai referensi tambahan bagi keputakaan khususnya Fakultas Ekonomi.
- 4) Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi, yaitu sebagai penambahan khasanah dan kelengkapan referensi dan memperkaya bahan diskusi di kalangan akademika.

BAB II

PENYUSUNAN DESKRIPSI TEORETIS, KERANGKA BERPIKIR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Deskripsi Teoretis

1. Hakikat Volume Penjualan

1.1 Pengertian Penjualan

Keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya dinilai berhasil dilihat dari kemampuannya dalam memperoleh laba. Dengan laba yang diperoleh, perusahaan akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan, meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan mengandalkan kegiatannya dalam bentuk penjualan, semakin besar volume penjualan semakin besar pula laba yang akan diperoleh perusahaan.

Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan dalam penjualan yaitu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba tertentu, dan menunjukkan pertumbuhan perusahaan. Menurut Joel G. Siegel dan Joe K. Shim yang diterjemahkan oleh Moh. Kurdi, "Penjualan adalah Penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan. Pertimbangan ini dapat dalam bentuk tunai peralatan kas atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat

ditetapkan dan bebannya diketahui”.⁶ Dalam kegiatan ini penjualan akan melibatkan debitur atau disebut juga pembeli serta barang-barang atau jasa yang diberikan dan dibayar oleh debitur tersebut dengan cara tunai ataupun kredit. Penjualan barang dagang oleh sebuah perusahaan dagang biasanya hanya disebut “Penjualan”, jumlah transaksi yang terjadi biasanya cukup besar dibandingkan jenis transaksi lainnya. Dalam menjual barang dagangannya perusahaan dapat menerapkan dua metode penjualan yang sering dikenal yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit.

Menurut Sutanto penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa kebutuhan yang telah dihasilkannya kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan sebelumnya.⁷ Sedangkan Winardi memberikan definisi penjualan yaitu proses di mana sang penjual memastikan, mengaktualisasikan dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar dicapai manfaat, baik bagi sang penjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.⁸ Jadi penjualan tidak hanya melakukan pertukaran tapi juga dapat tercapai manfaat dan dapat menguntungkan kedua belah pihak dengan imbalan atau balas jasa yang memuaskan.

⁶ <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:NJLzIQBXpK8J:www.scribd.com/doc/11320689/Definisi-Penjualan+penjualan&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-a&source=www.google.co.id> (diakses Tgl, 15/Juli/11)

⁷ Winardi, *Pengantar Manajemen Penjualan* (Bandung: Pt. Citra Aditya Bakti, 1991), h. 3

⁸ Op., Cit., h. 2

Dari pendapat tersebut maka penjualan merupakan kegiatan menawarkan atau memasarkan barang dan jasa kepada pembeli yang berminat yang nantinya akan dibayar jika telah terjadi kesepakatan mengenai harga barang dan jasa itu.

1.2 Pengertian Volume Penjualan

Perusahaan atau organisasi mana pun, pasti ingin mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, mereka ingin mencapai keberhasilan usaha. Salah satu langkah untuk mengukur keberhasilan menurut Ghost *et al.* Tentang wirausaha kecil di Singapura menunjukkan hasil bahwa dari 85% responden yang menjawab, 70% wirausaha menggunakan *net profit growth* untuk mengukur keberhasilan usaha, disusul oleh laba penjualan (*sales revenue growth*) (61%), laba setelah pajak (*return on investment*) (50%), dan pangsa pasar (*market share*) (48%). Selanjutnya, 38% dari wirausaha yang menggunakan kriteria keberhasilan laba bersih (*net profit growth*), berpendapat bahwa prestasi 6-10% pertumbuhan per tahun merupakan indikator keberhasilan usaha.

Dengan kata lain keberhasilan suatu usaha dapat dilihat melalui tingkat volume penjualan yang diterima suatu perusahaan. Menurut Saputro bahwa volume penjualan adalah sebagai hasil produksi yang dapat dijual. Selanjutnya volume penjualan yang efektif adalah bagian yang dapat dijual

pada waktu tertentu dengan kondisi operasi tertentu, intensitas tertentu serta alat-alat tertentu.⁹

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa dalam mendapatkan volume penjualan yang efektif dapat dilihat dari banyaknya hasil produksi yang terjual pada waktu tertentu yang ditargetkan dengan kondisi operasi tertentu, intensitas yang ditetapkan dan penggunaan alat-alat tertentu.

Berdasarkan penelitian Mahmudah, volume penjualan merupakan jumlah yang diperoleh didalam kegiatan pemindahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen, omzet penjualan barang tergantung pada aktivitas yang dijalankannya oleh perusahaan dalam hal ini adalah aktivitas.¹⁰ Senada dengan pendapat Chaniago volume penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang dan jasa dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Swastha volume penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus dalam suatu proses akuntansi.¹¹

Menurut Kardaniata mengatakan bahwa volume penjualan merupakan faktor yang mempengaruhi besarnya modal kerja maupun komponen – komponen modal kerja.¹² Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa suatu

⁹ Gunawan Adi Saputro, *Business Forecasting Volume Satu* (Yogyakarta: BPFE UGM, 1992), h. 40

¹⁰ Henny Mahmudah, *Peranan Pengembangan Produk Variasi Model dalam peningkatan Volume Penjualan: Pada Toko Emas Prayogi Lamongan*. (Lamongan: FE Universitas Islam Lamongan, 2008), h. 42-43. (<http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/21084049.pdf>), diakses pada tanggal 10 April 2011

¹¹ Basu Swastha, *Op. Cit.*, h. 83

¹² Abas Kardaniata, 1996, h.151. (<http://belajariilmukomputerdaninternet.blogspot.com/2009/11/pengertian-volume-penjualan.html>)

perusahaan menanamkan sebagian dari dananya dalam modal kerja karena modal kerja diperlukan untuk menunjang kegiatan operasional yang bertumpuh pada penjualan.

Pendapat lain yang juga melihat volume penjualan dalam bentuk produk yang ditargetkan dapat terjual adalah Johnson, Kurtz dan Schering mengatakan bahwa *“Sales volume is often specified in terms of number of units of product that are targeted to be sold in a given selling period.”*¹³ (Volume penjualan seringkali dikhususkan pada istilah dari jumlah unit produk yang ditargetkan terjual dalam suatu periode penjualan).

Menurut uraian-uraian di atas dapatlah dikatakan bahwa volume penjualan dapat dinyatakan dalam jumlah unit produk yang dapat dijual oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Selain itu bentuk volume penjualan diperluas lagi oleh Hise dan Daniel, yaitu *“Sales volume figure may be expressed in units, or dollar. They may be expressed in absolute term, (150.000 unit or 5,2 millions) or as percentage increase (15 percent in creases in unit, 10% in crease in dollars).”*¹⁴ (volume penjualan dapat dinyatakan dalam bentuk beberapa unit atau dolar. Volume penjualan dapat juga dinyatakan dalam bentuk mutlak (150.000 unit atau 5,2 juta) atau pertambahan dalam bentuk persentase (bertambah sebesar 15 persen per unit, bertambah 10 persen dalam dolar).

¹³ Eugene M. Johnson, David L. Kurtz dan Eberhand E. Scheving, *Sales Management: Concept, Practice and Case*, Second Edition (New York: McGraw-Hill Book Company, 1996), h. 114

¹⁴ Ricard T. Hise *et. el.*, *Cases in Marketing Strategic* (Ohio: Charles E. Meririll Publishing Co., 1986), h. 127

Dari penjelasan di atas maka dapat dilihat bahwa volume penjualan tidak hanya dinyatakan dalam bentuk jumlah unit produk yang terjual dalam periode tertentu saja, tetapi juga dapat dinyatakan dalam persen dan jumlah uang yang diterima dari hasil penjualan.

Adapun faktor yang dapat mempengaruhi besar kecilnya volume penjualan usaha kecil tergantung pada beberapa hal, seperti : (1) jenis usaha yang dikelola, (2) pangsa pasar fanatik yang dimiliki, (3) besar kecil modal usaha, (4) manajemen dan pengelolaan sistem, (5) kualitas tenaga kerja dan (6) jumlah pekerja yang terlibat.¹⁵

Berdasarkan definisi-definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa volume penjualan dalam suatu perusahaan dapat menggambarkan keadaan pertumbuhan perusahaan, semakin tinggi tingkat volume penjualan, maka keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan laba atau keuntungan semakin besar. Dengan melihat volume penjualan pada periode tertentu dapat diketahui peningkatan atau penurunan atas penjualan produk kepada konsumen. Volume penjualan dapat dinyatakan dengan jumlah unit produk yang terjual, persentase atau jumlah uang yang diterima perusahaan pada periode waktu tertentu tergantung pada masing-masing kebijakan yang digunakan oleh perusahaan. Volume penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah total penjualan barang atau jasa yang diterima oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.

¹⁵ Ari fadiati dkk., *Wirausaha Jalur Cepat Menuju Sukses*, (jakarta: UNJ Pers, 2008), h. 68

2. Hakikat Pengetahuan Kewirausahaan

2.1 Pengertian Pengetahuan

Pendidikan memiliki peranan penting bagi perkembangan manusia, pemikiran-pemikiran tentang pendidikan yang telah melahirkan aliran-aliran klasik meliputi aliran *empirisme*, *nativisme*, *naturalisme* dan *konvergensi* merupakan benang-benang merah yang menghubungkan pemikiran-pemikiran pendidikan masa lalu, kini dan mungkin yang akan datang. Aliran-aliran itu pada umumnya mengemukakan satu faktor tersebut untuk perkembangan manusia.

1) Aliran Empirisme

Bertolak dari *Lockean Tradition* yang mementingkan stimulasi eksternal dalam perkembangan manusia, dan menyatakan bahwa perkembangan manusia tergantung kepada lingkungan, sedangkan pembawaan tidak dipentingkan.¹⁶ Menurut aliran ini pengalaman yang diperoleh manusia dalam kehidupan sehari-hari mempengaruhi perkembangannya dengan kata lain manusia mendapatkan pengetahuan dari pengalaman empirik yang diperoleh dari lingkungannya.

2) Aliran Nativisme

Aliran nativisme bertolak dari *Leibnitzian* yang menekan kemampuan dalam diri manusia, istilah nativisme dari asal kata *native* yang artinya terlahir. bagi nativisme lingkungan sekitar kurang

¹⁶ Tim B3PTKSM, *Teori Belajar Pembelajaran* (Jakarta: B3PTKSM, 1998), h. 200

berpengaruh terhadap perkembangan manusia.¹⁷ Aliran ini berpendapat bahwa perkembangan manusia tergantung dari pembawaannya baik maka ia akan menjadi baik dan sebaliknya.

3) Aliran Naturalisme

Aliran ini berpendapat bahwa semua anak dilahirkan mempunyai pembawaan yang baik. Namun pembawaan itu akan menjadi rusak karena dipengaruhi lingkungan untuk itu anak harus dijauhkan dari segala keburukan masyarakat yang serba dibuat-buat (*artificial*).¹⁸ Pendidikan menurut aliran ini tidak diperlukan bagi perkembangan manusia dan membawa manusia kembali ke alam untuk mempertahankan segala yang baik.

4) Aliran Konvergensi

Aliran ini berpendapat bahwa seorang anak dilahirkan di dunia sudah disertai pembawaan baik maupun buruk. Penganut aliran ini berpendapat bahwa dalam proses perkembangan anak, baik faktor pembawaan maupun faktor lingkungan sama-sama mempunyai peranan yang sangat penting.¹⁹ Dalam perkembangannya manusia tidak akan terlepas dari kedua faktor tersebut. Bakat yang dibawa pada waktu lahir tidak akan berkembang dengan baik jika tidak didukung oleh lingkungan yang baik dan sebaliknya.

¹⁷ *Ibid.*, h. 202

¹⁸ *Ibid.*, h. 203

¹⁹ *Ibid.*, h. 204

Berdasarkan aliran-aliran di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan yang diperoleh manusia tidak akan terlepas dari pengaruh lingkungan, pembawaan dan pendidikan yang diperoleh manusia.

Muhibbin Syah mengutip pernyataan dari Best (1989) dan Anderson (1990) mengenai pembagian ilmu pengetahuan yang dibagi menjadi dua macam, yaitu "*Declarative knowledge*" dan "*Procedural knowledge*".²⁰ Penjelasan tersebut dijelaskan oleh Evans (1991), Evans menjelaskan mengenai *declarative knowledge* dan *procedural knowledge* yang dikutip oleh Muhibbin Syah, *declarative knowledge* adalah pengetahuan mengenai informasi faktual yang pada umumnya bersifat statis-normatif dan dapat dijelaskan secara lisan atau verbal, sedangkan *procedural knowledge* adalah pengetahuan yang mendasari kecakapan atau keterampilan perbuatan jasmaniah yang cenderung dinamis.²¹

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa pengetahuan dikelompokkan menjadi dua macam, ada yang bersifat tetap dan sesuai norma yang dapat dijelaskan secara lisan maupun verbal dalam penyampaian dan ada pula yang bersifat pengetahuan berupa kecakapan atau keterampilan yang diwujudkan dengan perbuatan atau aplikasi dari pengetahuan tersebut.

Seseorang dikatakan mampu, karena mempunyai dua konsep dasar, yaitu memiliki pengetahuan (*knowledge*) dan kecakapan (*skil*).

Inti dari arti pengetahuan adalah pemahaman sampai pada kesadaran pikiran manusia terhadap objek tertentu, sedangkan kecakapan adalah kemampuan seseorang untuk dapat mempengaruhi orang lain dalam

²⁰ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h.97

²¹ *Ibid.* h.98

sebuah struktur organisasi yang sama. Artinya, kecakapan adalah perwujudan dari konsep pengetahuan yang dimilikinya dan merupakan tampilan proses dalam bentuk pelaksanaan.²²

Pengetahuan merupakan khasanah kekayaan mental yang secara langsung atau tak langsung turut memperkaya kehidupan kita sampai adanya suatu pengertian. Oleh karena itu pengetahuan merupakan sumber jawaban bagi berbagai pertanyaan yang muncul dalam kehidupan, dan tiap jenis pengetahuan pada dasarnya menjawab jenis pertanyaan tertentu yang diajukan.²³

Berkaitan dengan pandangan di atas ada pendapat lain yang menguraikan lebih rinci, dimana aspek spritual diartikan sebagai pengetahuan intuisi yang juga merupakan suatu antitesis penginderaan, sedangkan rasional diartikan sebagai pengetahuan logika yang merupakan sintesis spritual dan penginderaan, dan selanjutnya penginderaan merupakan pengetahuan inderawi yang merupakan antitesis dari spritual.²⁴

Dari uraian tersebut diatas tampaknya pengetahuan (*knowledge*) dan keterampilan (*skill*) berasal dari konsep kemampuan (*ability*). Maksudnya seseorang dikatakan berpengetahuan apabila dia mampu memahami objek tertentu, sedangkan seseorang dikatakan cakap bila dapat mempengaruhi orang lain. Kecakapan adalah perwujudan dari konsep pengetahuan. Pengetahuan merupakan khasanah kekayaan mental yang memperkaya

²² Melvin R. McKnight, (<http://cobe.idbsu.edu/msr/skilbook/mknight.htm>) diakses tanggal 22 Februari 2011, h. 5

²³ Jujun S. Suriasumantri, *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2007), h. 104

²⁴ Edwar J. Bartek. *A Global Theory of Knowledge for the future* (<http://www.bu.edu/wcp/papers/TKno/TKnoBart.htm>) diakses tanggal 22 Februari 2011

kehidupan kita. Karena jenis pengetahuan pada dasarnya akan menjawab pertanyaan tertentu yang diajukan.

Pengetahuan memiliki dua aspek secara rinci yaitu aspek spiritual sebagai pengetahuan intuisi yang juga merupakan suatu antitesis penginderaan. Dan aspek rasional diartikan sebagai pengetahuan logika. Hal ini senada dengan pendapat yang dikemukakan Russell, pengetahuan merupakan bagian dari kebenaran yang diyakini melalui berbagai istilah. Setiap hal yang berhubungan dengan pengetahuan adalah hal yang menyangkut keyakinan dan kebenaran, tapi tidak berarti setiap hal tentang kebenaran yang diyakini adalah pengetahuan.²⁵

Berbagai pemahaman ini dapat diakomodir oleh Bloom menjadi tujuan instruksional dalam tiga domain (ranah) :

(1) ranah kognitif (*Cognitif*), ranah afektif (*Affectif*), dan ranah Psikomotorik (*Psicomotoric*). Dalam ranah kognitif terdapat 6 (enam) level kompleksitas kognitif, yaitu: (1) *Knowledge*, (2) *Comprehension*, (3) *Application*, (4) *analysis*, (5) *Synthesis*, dan (6) *Evaluation*. Maka, bila dielaborasi lebih dalam, pengetahuan berada sedikit lebih dalam dari sekedar mengingat ide dari berbagai masalah yang pernah dihadapi sebelumnya. Sehingga pengetahuan meliputi pengertian, konsep dan istilah-istilah.²⁶

Tujuan ranah kognitif mempunyai aspek-aspek :

- 1) Pengetahuan yaitu mencakup ingatan akan hal-hal yang pernah dipelajari dan disimpan dalam ingatan (meliputi fakta, kaidah, prinsip serta metode yang diketahui).
- 2) Pemahaman yaitu mencakup kemampuan untuk menyerap makna dari bahan yang dipelajari.
- 3) Penerapan yang mencakup kemampuan untuk menerapkan suatu kaidah atau metode pada suatu kasus baru.

²⁵ Bertrand Russell, *Human Knowledge its Scope and Limits* (London: George Allen and Unwin Ltd., 1984), h. 170

²⁶ Benjamin S. Bloom, (Ed.), *Taxonomy of Educational Objective, The Clasification of Educational Goals* (Londo : Longman Group Ltd., 1981), h. 18

- 4) Analisis yaitu mencakup kemampuan untuk merinci suatu kesatuan ke dalam bagian sehingga struktur keseluruhan dapat dipahami dengan baik.
- 5) Sintesis yaitu mencakup kemampuan untuk membentuk suatu kesatuan atau pola baru
- 6) Evaluasi yaitu mencakup kemampuan untuk membentuk suatu pendapat mengenai sesuatu untuk beberapa hal bersama dengan pertanggungjawaban pendapat itu yang berdasarkan kriteria tertentu.²⁷

Dengan demikian tujuan ranah kognitif menekankan pada kemampuan berpikir seseorang dalam menghadapi berbagai hal.

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Ivor Davies yang dikutip oleh Dimiyati dan Mudjiono bahwa pengetahuan merupakan pengenalan dan pengingatan kembali terhadap pengetahuan tentang fakta, istilah dan prinsip-prinsip dalam bentuk seperti yang dipelajari.²⁸

Pendapat yang dikemukakan oleh Soekamto bahwa pengetahuan adalah kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca inderanya, yang berbeda dengan kepercayaan (*beliefs*), takhyul (*superstitions*), dan penerangan-penerangan yang keliru.²⁹

Drucker mengatakan, pengetahuan merupakan informasi yang dapat merubah sesuatu atau seseorang, seiring dengan itu ia juga dapat mengarahkan kepada suatu tindakan, atau sesuatu yang dapat membuat seorang individual/suatu lembaga mampu melakukan suatu tindakan yang berbeda secara lebih efektif.³⁰

Dalam filsafat ilmu yang ditulis Suriasumantri menyebutkan bahwa pengetahuan pada hakikatnya merupakan segenap apa yang kita ketahui tentang suatu obyek tertentu, termasuk didalamnya adalah ilmu. Sehingga

²⁷ Abd. Rahman S. & Seopendi S., *Psikologi Umum dan Sosial* (Jakarta: Dharma Bakti, 1991), h. 108

²⁸ Dimiyati dan Mudjiono, *Belajar dan Pembelajaran* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), h. 188

²⁹ Soejono Soekamto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: CV. Rajawali, 1990), h. 6

³⁰ Peter F. Drucker, *The New Realities* (London : Heinemann Profesional Publishing Ltd, 1989), h. 242

ilmu merupakan bagian dari pengetahuan yang diketahui oleh manusia di samping berbagai pengetahuan lainnya seperti seni dan agama.³¹ Sedangkan Poedjawidjatna berpendapat bahwa orang yang tahu disebut mempunyai pengetahuan tidak lain dari hasil tahu.³²

Lebih luas lagi menurut pendapat Pranaka bahwa:

Pengetahuan adalah salah satu daya di dalam hidup manusia, dengan pengetahuan itu manusia mengenali peristiwa dan permasalahan, menganalisa, mengurai, mengadakan interpretasi, dan menentukan pilihan-pilihan. Dengan daya pengetahuan ini manusia mampu mempertahankan dan mengembangkan hidup dan kehidupan.³³

Pengetahuan merupakan suatu pemahaman yang berasal dari suatu pengulangan baik berupa pengalaman empiris yang pernah dirasakan maupun didengar dan dialami. Dengan demikian pengetahuan adalah merupakan sesuatu yang masih berada dalam pikiran kita sekaligus masih merupakan bahan yang lebih jauh perlu dipraktekkan. Pengetahuan bisa juga diperoleh dengan mengekspresikan kemampuan pikir yang dipadu dengan prinsip-prinsip keilmuan, sehingga terwujud dalam suatu pemahaman secara teoritik yang siap untuk diimplementasikan dalam kehidupan menyangkut kepada disiplin ilmu yang dimiliki. Melalui pengembangan pemikiran maka pengetahuan dapat diwujudkan melalui pengembangan konsep-konsep dasar, teori-teori praktis, ciri-ciri dan karakteristik lainnya. Sehingga memberikan gambaran yang utuh terhadap suatu permasalahan yang terjadi dalam hidup

³¹ Jujun S. Suriasumantri, *Op. Cit.*, h. 104

³² Poedjawidjatna, *Tahu dan Pengetahuan* (Jakarta: Bina Aksara, 1993), h. 14

³³ A. M. W. Pranaka, *Epistimologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Centre for Strategy and International Studies, 1992), h. 38

baik pribadi maupun suatu kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kehidupannya.

Berdasarkan pengertian dari para ahli tentang pengetahuan diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah pemahaman segenap informasi apa yang diketahui tentang suatu objek tertentu yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif sehingga dapat merubah sesuatu atau seseorang dengan mengarahkan kepada suatu tindakan yang berbeda secara lebih efektif.

2.2 Pengertian Kewirausahaan

Istilah *entrepreneur* dalam berbagai tulisan atau literatur tampak adanya pemakaian istilah yang saling berganti antara wiraswasta dan wirausaha. Ada pandangan yang mengatakan bahwa wiraswasta sebagai pengganti istilah *entrepreneur* dan ada juga pandangan bahwa istilah *entrepreneur* digunakan wirausaha. Sedangkan *entrepreneurship* digunakan istilah kewirausahaan, namun pada dasarnya istilah wiraswasta sama dengan wirausaha.

Digunakan istilah kewirausahaan (wirausaha) karena pada tanggal 12 Juli 1995 pemerintah mencanangkan Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan (GNMMK), yang secara resmi dituangkan dalam Inpres Nomer 4 Tahun 1995. Selanjutnya gerakan ini disingkat dengan GKN, hal ini karena menyadari akan pentingnya pengembangan kewirausahaan secara nasional.

Pelaksanaan program GKN dapat digolongkan menjadi 3, yaitu: (1) program kelembagaan, (2) program masyarakatan, (3) program pembudayaan kewirausahaan.³⁴ Jadi digunakan istilah wirausaha (kewirausahaan) agar lebih memasyarakatkan istilah ini sesuai dengan pelaksanaan program GKN.

Wirausaha dapat dipandang dari berbagai sudut dan konteks, yaitu ahli ekonomi, manajemen, pelaku bisnis dan pemodal. Menurut ahli ekonomi, oleh Peter wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru.³⁵ Skinner memberikan definisi wirausaha (*entrepreneur*) yaitu bahwa seseorang yang mengambil resiko yang diperlukan untuk mengorganisasi dan mengelola suatu bisnis dan menerima imbalan atau balas jasa berupa keuntungan (*profit*) dalam bentuk finansial maupun non finansial.³⁶ Dengan kata lain, wirausaha adalah seseorang atau sekelompok orang yang mengorganisasikan faktor-faktor produksi, sumber daya alam, tenaga, modal dan keahlian untuk tujuan keuntungan.

Dalam konteks bisnis, menurut Scarborough dan Zimmerer wirausaha adalah,

Orang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan

³⁴ Soeharto Prawirokusumo, *Ekonomi Rakyat* (Yogyakarta: BPFE, 2001), h. 140

³⁵ William D. Bygrave, *The Portable MBA in Entrepreneur* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 1994), h. 1

³⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 1977), h. 40

mengombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut.³⁷

Menurut Steinhoff dan Burgess, wirausaha adalah orang yang menanggung risiko keuangan, material, dan sumber daya manusia, cara menciptakan konsep usaha yang baru atau peluang dalam perusahaan yang sudah ada.³⁸ Hal tersebut di atas sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Meredith bahwa:

Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses dan mampu menciptakan lapangan kerja.³⁹

Griffin mengatakan bahwa *entrepreneurs* adalah seseorang yang melakukan bisnis, mampu mengambil resiko dan peluang. Kemudian mampu pula untuk menciptakan spekulasi untuk berbisnis.⁴⁰ Dengan kata lain, wirausaha adalah penanggung resiko yang mempunyai visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam prestasi di bidang usaha.

Menurut pandangan ahli manajemen dari Usman, wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengombinasikan sumber daya seperti keuangan, material, tenaga kerja, keterampilan untuk menghasilkan produk, proses produksi, bisnis, dan

³⁷ *Ibid.*, h. 15

³⁸ Dun Steinhoff & John F. Burgess, *Small Business Management Fundamentals* edition 6 (New York: McGrawhill Inc., 1993), h. 35

³⁹ Geoffrey G. Meredith *et. al.*, *kewirausahaan, diterjemahkan oleh Adre Asprayogi* (Jakarta: PPM Jakarta, 1996), h. 5

⁴⁰ Ricky W. Griffin & Ronald J. Ebert, *Business* (New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1996), h. 226-227

organisasi usaha baru.⁴¹ Wirausaha adalah seorang yang memiliki kombinasi unsur-unsur internal yang meliputi motivasi, visi, komunikasi, optimisme, dorongan, semangat dan kemampuan memanfaatkan peluang usaha.

Dilihat dari sudut pandang pemodal oleh Soeharto, wirausaha adalah mereka yang melakukan usaha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup.⁴² Menurut Bygrave, wirausaha adalah orang yang memperoleh peluang dan menciptakan organisasi untuk mengejar peluang tersebut.⁴³

Menurut Schumpeter, wirausaha merupakan pengusaha yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru dalam bidang teknik dan komersial ke dalam bentuk praktik. Inti dari fungsi pengusaha adalah pengenalan dan pelaksanaan kemungkinan-kemungkinan baru yang dimaksudkan oleh Schumpeter adalah: pertama, memperkenalkan produk atau kualitas baru suatu barang yang belum dikenal oleh konsumen. Kedua, melakukan metode produksi dari penemuan ilmiah dan cara-cara baru untuk menangani suatu produk agar menjadi lebih mendatangkan keuntungan. Ketiga, membuka suatu pasar baru, yaitu pasar yang belum pernah ada atau belum pernah dimasuki cabang industri yang bersangkutan. Keempat, membuka suatu sumber dasar baru, atau setengah jadi atau sumber-sumber yang masih harus dikembangkan. Kelima, pelaksanaan organisasi baru.⁴⁴

Untuk mengetahui apakah seseorang benar-benar wirausaha, Marbun memberikan pandangan bahwa wirausaha adalah pionir dibidang usaha baik

⁴¹ Marzuki Usman, *Kewirausahaan dalam Birokrasi Salah Satu Langkah Antisipatif Menghadapi Globalisasi* Makalah Seminar (Jatinangor: IKOPIN, 1997), h. 3

⁴² Soeharto Prawirakusumo, *Op. Cit.*, h.5

⁴³ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Sukses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 17

⁴⁴ Yuyun Wirasmita, *Kewirausahaan: Buku Pegangan* (Jatinangor: UPT-Penerbitan IKOPIN), h. 33-34

yang bergerak dibidang swasta maupun bagi mereka yang aktif diperusahaan negara atau patungan yang tidak masuk kategori swasta.⁴⁵

Selanjutnya Siagian menyebutkan bahwa wiraswasta berasal dari kata “wira” yang berarti utama, gagah, luhur, berani, teladan atau pejuang dan “swasta” yang berarti berdiri sendiri.⁴⁶ Sedangkan menurut Amir, wiraswasta artinya mampu dan berani menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain, yang bertujuan mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri dan masyarakat pada umumnya.⁴⁷

Menurut Banfe menjadi *entrepreneurs* diperlukan berbagai kreativitas dan mengkombinasikan dengan berbagai faktor baik berupa sumber daya, modal dan sumber fisik lainnya dengan dipadukan dengan suatu inovasi yang mampu menghasilkan sesuatu yang mempunyai nilai tambah dan bermanfaat untuk orang lain serta bisa mendatangkan penghasilan untuk usahanya.⁴⁸

Muhammad menyebutkan bahwa *entrepreneur* adalah penentu resiko, yang aktif berinovasi dan berusaha memperkecil resiko, sehingga dia benar-benar paham dan sadar akan resiko yang dihadapi.⁴⁹

Riyanti mendefinisikan *entrepreneur* dari beberapa pendapat ahli sebelumnya sebagai, orang yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan cara mendirikan, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri serta bersedia mengambil risiko pribadi untuk menggunakan peluang berusaha dan secara kreatif menggunakan potensi-potensi dirinya untuk mengenali produk, mengelola, dan menentukan cara produksi, menyusun operasi untuk

⁴⁵ B. N. Marbun, *Manajemen Perusahaan Kecil* (Jakarta: PT. Pustaka binaman Utama Pressindo, 1996), h. 57

⁴⁶ Astanani Siagian, *Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat 17-08-1945* (Jakarta Pusat: Kop. & Pengusaha Kecil bekerjasama dengan PT. Klong Klede Jaya Putra Timur, 1995), h. 4

⁴⁷ Amir MS, *Wiraswasta: Manusia Unggul-Berbudi Luhur* (Jakarta: PT. Putaka Binaman Pressindo, 2000), h. 18

⁴⁸ Charles Banfe, *Entrepreneurs from Zero to Zero* (New York: Van Nostrand Reinhold, 1991), h. 1

⁴⁹ Arman Hakim Bustanul Arifin & Mokh. Suf, *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship* (Yogyakarta: ANDI, 2007), h. 3

pengadaan produk, memasarkan produknya, serta mengatur permodalan operasinya.⁵⁰

Dalam bukunya yang berjudul “Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship” *entrepreneur* didefinisikan oleh Nasution, Noer dan Suef sebagai

Orang yang berani memulai, menjalankan, dan mengembangkan usaha dengan cara memanfaatkan segala kemampuan dalam hal membeli bahan baku dan sumber daya yang diperlukan, membuat produk dengan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan menjual produk sehingga bisa memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para karyawan, dia sendiri, perusahaan dan masyarakat sekitarnya.⁵¹

Dari berbagai definisi wirausaha yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan, wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan faktor-faktor produksi untuk memanfaatkan peluang dengan menggunakan kreatifitas dan inovasi sehingga mampu menciptakan sesuatu yang mempunyai nilai tambah dan bermanfaat untuk diri sendiri maupun orang lain serta bertujuan mendapatkan imbalan atau balas jasa berupa keuntungan (*profit*) dalam bentuk finansial maupun non finansial.

Dikaitkan dengan kewirausahaan, maka kata kewirausahaan diambil dari *entrepreneurship* berasal dari bahasa Perancis yaitu *entrepreneuriat* yang artinya berusaha (*under take*). Pada abad ke-19, kata *entrepreneurship* digunakan untuk menggambarkan fenomena baru dari seseorang yang telah menemukan ide yang menantang dengan menggunakan sumber daya-sumber daya dan menciptakan sesuatu yang baru (*new venture*). Dengan kata lain

⁵⁰ *Ibid.*, h. 3

⁵¹ Arman Hakim dkk., *Op. Cit.*, h. 3

entrepreneurship merupakan pandangan hidup (*way of life*) sebuah alat untuk seseorang yang menginginkan adanya kebebasan dalam ekonomi. Dalam hal ini bisa jadi sebuah revolusi rakyat yang menginginkan kebebasan politik mereka, tetapi *entrepreneurship* hanya memerlukan usaha seseorang melalui inisiatif untuk meraih kebebasan ekonomi atau pemanfaatan peluang-peluang.⁵² Selanjutnya *enterpneuership* dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk nilai kreasi melalui kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat untuk kesempatan, dan melalui kemampuan komunikasi dan keahlian manajemen dalam menggerakkan manusia, keuangan dan sumber daya materi untuk menghasilkan proyek dengan baik. Atau dengan kata lain, *entrepreneurship* adalah proses untuk melakukan sesuatu yang baru (*kreatif*) dan mengerjakan sesuatu yang berbeda (*inovatif*) yang bertujuan untuk mengkreasikan kekayaan untuk orang dan nilai tambah terhadap masyarakat (*society*).⁵³

Dolliger mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses penciptaan suatu organisasi (atau jaringan organisasi) ekonomi yang inovatif yang bertujuan mendapatkan nilai tambah, memiliki inisiatif atau perkembangan dalam kondisi berisiko dan tidak pasti.⁵⁴ Penjelasan kewirausahaan dari Drucker adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan

⁵² Raymond W. Y. Kao, *Enterpneuership: A Wealth-Creation and Value Adding Process* (New York: Prentice Hall, 1995), h. 65

⁵³ *Ibid.*, h. 70-71

⁵⁴ Marc J. Dollinger, *Entrepreneurship – Strategis and Resources* (New Jeersey: Prentice Hall, Inc., 1999), h. 4

berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang.⁵⁵

Kewirausahaan menurut Zimmerer adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan/usaha.⁵⁶ Wiratmo mendefinisikan kewirausahaan dalam arti luas adalah sebagai proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul resiko finansial, psikologi dan sosial yang menyertai serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi.⁵⁷ *Entrepreneurship* merupakan sebuah proses yang menekankan terhadap kreativitas dengan menggunakan sumber daya yang ada secara konsisten. *Entrepreneurship* dilakukan untuk mencapai keuntungan maksimal bagi organisasi.⁵⁸

Menurut Sanusi kewirausahaan adalah nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.⁵⁹ Kewirausahaan menurut Soeharto adalah nilai yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha.⁶⁰ Menurut Suryana dalam bukunya bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan

⁵⁵ Suryana, *Op. Cit.*, h. 2

⁵⁶ W. Thomas Zimmerer & Norman M. Scarborough, *Entrepreneurship and The New Venture Formation* (New Jersey: Prentice Hall International, Inc., 1996), h. 23

⁵⁷ Masykur Wiratmo, *Kewiraswastaan Kerangka Dasar Memasuki Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 1996), h. 11

⁵⁸ Kathryn M. Bartol & David C. Martin, *Management*, II edition (New York: McGraw Hill, Inc., 1994), h. 657-660

⁵⁹ Ahmad Sanusi, *Menelaah Potensi Perguruan Tinggi untuk Membina Program Kewirausahaan dan Mengantar Pewirausaha Muda* Makalah Seminar (Bandung: KOPMA – IKIP, 1974), h. 18

⁶⁰ Prawirakusumo Soeharto, *Peranan Perguruan Tinggi dalam Menciptakan Wirausaha-Wirausaha Tangguh* Makalah seminar (Jatinangor: PIBI-IKOPIN dan FNSt, 1997), h. 22

inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.⁶¹

Menurut Kasmir, kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak.⁶²

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) menurut Nasution, Arifin dan Suef adalah segala hal yang berkaitan dengan sikap, tindakan dan proses yang dilakukan oleh para *entrepreneur* dalam merintis, menjalankan dan mengembangkan usaha mereka.⁶³ Menurut Fadiati, Purwana dan Maulida kewirausahaan adalah kemampuan mengelola usaha sendiri (menjadi bos/atasan untuk dirinya sendiri).⁶⁴

Kewirausahaan adalah sebuah proses dinamis dalam menciptakan tambahan kekayaan. Kekayaan dihasilkan oleh individu yang menanggung risiko utama dalam hal modal, waktu dan komitmen karier atau menyediakan nilai bagi beberapa produk atau jasa. Produk atau jasa mungkin dapat terlihat unik ataupun mungkin tidak, tetapi dengan berbagai cara nilai akan dihasilkan oleh seorang pengusaha dengan menerima dan menempatkan keterampilan sumber daya yang dibutuhkan ini.⁶⁵

Schumpeter menyebutkan bahwa *entrepreneurship is the prime creative socioeconomic force in society* (entrepreneurship adalah kekuatan sosial ekonomi utama dalam masyarakat).⁶⁶

⁶¹ Suryana, *Op. Cit.*, h. 2

⁶² Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2009), h. 18

⁶³ Arman Hakim, *Op. Cit.*, h. 4

⁶⁴ Ari Fadiati, Dedi Purwana & Ernita Maulida, *Wirausaha, Jalur Cepat Menuju Sukses* (Jakarta: UNJ Press, 2008), h. 14

⁶⁵ Robert C. Ronstadt, *Entrepreneurship* (Dover, MA: Lord Publishing Co., 1984), h. 28

⁶⁶ Arman Hakim, *Loc. Cit.*, h. 8

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik serta risiko sosial yang menggiring, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.⁶⁷

Dapat diuraikan bahwa kewirausahaan merupakan proses kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif untuk mendapatkan nilai tambah, peluang, kepuasan dan kebebasan diri, serta mendapatkan keuntungan maksimal dengan berani menanggung risiko dan ketidakpastian.

Selanjutnya dijelaskan bahwa proses kreatif dan inovatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif, yaitu orang yang memiliki jiwa, sikap dan perilaku karakteristik kewirausahaan, dengan ciri-ciri: memiliki kemampuan (*skill*), kelebihan melaksanakan kontrol, mampu membangun usahanya, suka terhadap tantangan, memiliki aspek, mampu menghasilkan banyak uang, memiliki beberapa alternatif pilihan dan siap mengambil alternatif keputusan yang tepat.

Selanjutnya Kuriloff dan Mempel mengemukakan karakteristik kewirausahaan dalam bentuk nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan seperti berikut:

TABEL II.1	
Nilai-nilai dan Perilaku Kewirausahaan	
NILAI-NILAI	PERILAKU
• komitmen	Menyelesaikan tugas hingga selesai

⁶⁷ Robert D. Hisrich & Candida G. Brush, *The Woman Entrepreneur: Strating, Financing, and Managing a Successful New Business* (Lexington, MA: Lexington Books, 1985), h. 18

• Risiko moderat	Tidak melakukan spekulasi, melainkan berdasarkan perhitungan yang matang
• Melihat peluang	Memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin
• Objektivitas	Melakukan pengamatan secara nyata untuk memperoleh kejelasan
• Umpan balik	Menganalisis data kinerja waktu untuk memandu kegiatan
• Optimisme	Menunjukkan kepercayaan diri yang besar walaupun berada dalam situasi berat
• Uang	Melihat uang sebagai suatu sumber daya, bukan tujuan akhir
• Manajemen proaktif	Mengelola berdasarkan perencanaan masa depan.

Sumber: John Dun Steinhoff *Fundamental Small Business Manajemen*, h. 20

Dari uraian diatas dijelaskan bahwa wirausaha selalu berkomitmen dalam melakukan tugasnya hingga memperoleh hasil yang diharapkannya. Wirausaha tidak setengah-setengah dalam melakukan pekerjaannya, karena itu wirausaha selalu tekun, ulet, dan pantang menyerah. Tindakannya tidak didasari oleh spekulasi melainkan perhitungan yang matang. Wirausaha berani mengambil risiko terhadap pekerjaannya karena sudah melakukan perhitungan yang matang. Oleh sebab itu, wirausaha selalu mengambil risiko yang moderat, artinya risiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi risiko yang didukung oleh komitmen yang kuat mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang hingga memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata/jelas dan objektif serta merupakan umpan balik bagi kelancaran kegiatannya. Dengan semangat optimisme yang tinggi karena mendapatkan hasil yang diharapkannya, maka

uang selalu dikelola secara proaktif dan dipandang sebagai sumber daya, bukan tujuan akhir.

Dari berbagai pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif yang dilakukan guna mendapatkan keuntungan maksimal dan mencapai tujuan melalui perilaku wirausaha yaitu penuh percaya diri, memiliki keorisinalan, memiliki inisiatif, memiliki jiwa kepemimpinan, berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan.

2.3 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Seperti dikemukakan dalam hasil survei yang dilakukan oleh Lambing, yang dikutip oleh Suryana dalam bukunya yang berjudul Kewirausahaan bahwa kebanyakan responden menjadi wirausaha karena didasari oleh pengalaman sehingga ia memiliki jiwa dan watak kewirausahaan, jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha.⁶⁸ Dipertegas oleh Harris, Untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses tentu saja harus memiliki kompetensi kewirausahaan seperti:

Bahwa wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi, yaitu yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi,

⁶⁸ Suryana, *Op. Cit.*, h. 88

nilai-nilai pribadi, serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan/kegiatan.⁶⁹

Jadi untuk menjadi wirausaha yang berhasil, harus memiliki sikap dan watak kewirausahaan. Hal tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha.

Penemu bola lampu terkenal di dunia, Thomas Alfa Edison, juga mengatakan bahwa bakat adalah 1 % ilham ditambah 99 % keringat. Untuk mencapai kesuksesan, dibutuhkan usaha, karena itu kita perlu mengembangkan bakat, pengetahuan, dan keterampilan agar dapat menjadi entrepreneur unggulan. Diperkuat dengan pernyataan Wahyu dan Sofia dalam bukunya yang berjudul “Kewirausahaan” yaitu jika kita memiliki bakat dalam usaha, pengetahuan serta keterampilan yang baik, tentu kita dapat menjadi seorang entrepreneur yang berhasil.⁷⁰

Senada dengan Kirzner bahwa, *entrepreneur* yang memiliki pengetahuan yang luas, mentransfer dan menerapkan pengetahuan khususnya melalui transformasi input menjadi output untuk memperoleh laba.⁷¹ Serta, dalam buku Suryana dijelaskan bahwa, wirausaha sebagai manajer dan sekaligus pemilik perusahaan dalam mencapai keberhasilan usahanya harus memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap, tujuan, pandai mencari peluang, dan adaptif dalam menghadapi perubahan⁷²

⁶⁹ *Ibid.*, h. 5

⁷⁰ Wahyu Saidi & Sofia Hartati, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Enno Media, 2008), h. 10

⁷¹ Rambat Lupiyoadi, *Entrepreneurship from mindset to strategy*, (Jakarta: FEUI, 2007), h. 286

⁷² Suryana, *Op. Cit.*, h. 93

Karena wirausaha identik dengan pengusaha kecil yang berperan sebagai pemilik dan manajer, maka wirausahalah yang memodali, mengatur, mengawasi, menikmati dan menanggung risiko. Modal-modal tersebut sebenarnya tidak cukup apabila tidak dilengkapi dengan kemampuan. Menurut Casson yang dikutip oleh Yuyun Wirasasmita, terdapat beberapa kemampuan yang harus dimiliki, yaitu:

- 1) *Self knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan dan ditekuni
- 2) *Imagination*, yaitu memiliki imajinasi, ide dan perspektif
- 3) *Practical knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan praktis, misalnya pengetahuan teknik, desain, pemrosesan, administrasi, dan pemasaran
- 4) *Search skill*, yaitu kemampuan berkreasi dan berimajinasi
- 5) *Foresight*, yaitu berpandangan jauh kedepan
- 6) *Computation skill*, yaitu kemampuan berhitung
- 7) *Communication skill*, yaitu kemampuan berkomunikasi, dan bergaul⁷³

Dengan beberapa keterampilan dasar di atas, maka seseorang akan memiliki kemampuan (kompetensi) dalam kewirausahaan. Menurut Dan & Bradstreet Business Credit Service ada 10 kompetensi yang harus dimiliki seorang wirausaha, yaitu:

- 1) *Knowing your business*, mengetahui usaha apa yang dilakukan. Dengan kata lain, seorang wirausaha harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan atau sedang dilakukan
- 2) *Knowing the basic business management*, yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan atau manajemen bisnis
- 3) *Having the proper attitude*, yaitu memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dilakukannya
- 4) *Having adequate capital*, yaitu memiliki modal yang cukup
- 5) *Managing finances effectively*, yaitu memiliki kemampuan mengelola keuangan secara efektif dan efisien

⁷³ Yuyun Wirasasmita, *Op. Cit.*, h. 3

- 6) *Managing time efficiently*, yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin
- 7) *Managing peopel*, yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan, menggerakkan dan mengendalikan orang dalam menjalankan perusahaan
- 8) *Satisfying customer by providing high quality product*, yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan
- 9) *Knowing how to compete*, yaitu mengetahui strategi bersaing
- 10) *Copying with regulations and paperwork*, yaitu membuat pedoman yang jelas⁷⁴

Dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif, pengetahuan keahlian dalam bidang perusahaan yang akan dilakukan mutlak diperlukan bagi seorang wirausaha. Pengetahuan keahlian dalam bidang perusahaan tersebut diantaranya pengetahuan tentang pasar dan strategi pemasaran, tentang konsumen (pelanggan) dan pesaing (yang baru masuk maupun yang sudah ada), pengetahuan tentang pemasok, serta cara mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan, termasuk kemampuan menganalisis dan mendiagnosis pelanggan, mengidentifikasi segmentasi, dan memotivasinya. Di samping itu, diperlukan juga adanya pengetahuan spesifik seperti pengetahuan tentang prinsip-prinsip akuntansi dan pembukuan, jadwal produksi, manajemen personalia, manajemen keuangan, pemasaran dan perencanaan. Serta pengetahuan kepribadian dan kemampuan diri sebagai wirausaha seperti pemahaman kepribadian atau karakteristik seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya.

⁷⁴ Dan & Bradstreet and Business Credit Service, *Strategi Plan and Business Plann*, (New York: Prentice Hall, Inc., 1993), h. 1

Diperkuat menurut *Small Business Development Center*, untuk mencapai keberhasilan usaha yang dimiliki sendiri sangatlah bergantung pada:

- 1) *Individual skills and attitudes*, yaitu keterampilan dan sikap individual
- 2) *Knowledge of business*, yaitu pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan
- 3) *Establishment of goal*, yaitu kemantapan dalam menentukan tujuan perusahaan
- 4) *Take advantages of the opportunities*, yaitu keunggulan dalam mencari peluang
- 5) *Adapt to the change*, yaitu kemampuan beradaptasi dengan perubahan
- 6) *Minimize the threats to business*, yaitu kemampuan meminimalkan ancaman terhadap perusahaan.⁷⁵

Umumnya, wirausaha yang memiliki kompetensi-kompetensi tersebut cenderung berhasil dalam berwirausaha. Oleh karena itu, bekal kewirausahaan berupa pengetahuan perlu dimiliki diantaranya: (1) Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab, (2) Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri, (3) Pengetahuan bidang usaha yang dimasuki dan lingkungan usaha yang ada di sekitarnya, serta (4) Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

(1). Peran dan tanggung jawab, dalam materi ini dapat mencakup pemahaman mengenai profil wirausaha, fungsi makro dan mikro wirausaha, tantangan kewirausahaan dalam konteks global. (2). Kepribadian dan Kemampuan diri, dalam materi ini dapat mencakup pemahaman mengenai karakter, ciri-ciri umum dan nilai-nilai umum kewirausahaan; berpikir kreatif

⁷⁵ Small Business Development Center, *Practical Solution for Small Business and School of Business*, (Madison: University of Wisconsin, 1993), h. 5-6

dalam kewirausahaan; sikap wirausaha; motif berprestasi wirausaha. (3). Bidang usaha dan Lingkungan Usaha, dalam materi ini dapat mencakup pemahaman mengenai ide dan peluang dalam kewirausahaan; profil usaha kecil dan pengembangannya. (4). Manajemen dan Organisasi bisnis, dalam materi ini dapat mencakup manajemen bisnis, etika bisnis.

Dengan demikian dapat disimpulkan pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha untuk mencapai keberhasilan usaha.

3. Usaha Kecil

Pengertian usaha kecil bersifat relatif, sehingga perlu ada batasan tentang definisi usaha kecil. Definisi usaha kecil dapat dilihat dari berbagai segi berikut:

- a) Berdasarkan total aset, pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat membuka usaha
- b) Berdasarkan total penjualan bersih per tahun, pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki hasil total penjualan bersih per tahun paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah)
- c) Berdasarkan status kepemilikan, pengusaha kecil adalah usaha perseorangan bisa berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang didalamnya termasuk koperasi.⁷⁶

⁷⁶ Singgih Wibowo, Murdinah dan Yusro Nuri Fawzya, *Petunjuk Mendirikan Usaha Kecil*, (Jakarta : PT. Penebar Swadaya, 2000), h. 3

Dari uraian diatas dapat diberikan pengertian usaha kecil berdasarkan total aset, total penjualan bersih pertahun dan berdasarkan status kepemilikan.

Semenjak 1995 hingga sekarang, yakni sejak UU No. 9 Tahun 1995 di berlakukan, rumusan pengertian usaha kecil dinyatakan sebagai kegiatan ekonomi rakyat yang berskala dan memenuhi sebagaimana diatur di dalam undang-undang ini. Ulasan, kriteria dan cakupannya menurut UU ini adalah demikian:

- 1) Kriteria Usaha Kecil
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah, bangunan tempat usaha
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan
 - c. Milik warga negara Indonesia
- 2) Usaha kecil disini meliputi juga Usaha Kecil Informal (UKI) dan Usaha Kecil Tradisional (UKT), termasuk Kegiatan Ekonomi Rakyat (KER) berskala kecil.
 - a. Usaha Kecil Informal, usaha yang belum terdaftar, belum tercatat dan belumberbadan hukum seperti petani, penggarapan, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima dan pemulung.
 - b. Usaha Kecil Tradisional, usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun-temurun, dan berkaitan seni dan budaya.
 - c. Kegiatan Ekonomi Rakyat yang berskala kecil adalah kegiatan ekonomi berskala kecil yang dimiliki yang dimiliki dan menghidupi rakyat.⁷⁷

Hidayat berpendapat yang dikutip oleh Benedicta, berdasarkan omzet kelompok usaha kecil di Indonesia dapat dibagi menjadi lima subkelompok seperti dapat dilihat di tabel dibawah ini,

⁷⁷ Frans Bararuallo, *Kajian Strategi dan Keunggulan Bisnis Usaha Kecil*, (Jakarta: Atmajaya, 2001), h. 4

Tabel II.2
Klasifikasi Usaha Skala Kecil Menurut Omzet

No.	Klasifikasi	Keterangan
1	Omzet di bawah Rp 10 juta	Rendah
2	Omzet Rp 10 juta sampai Rp 50 juta	Rendah
3	Omzet Rp 50 juta sampai Rp 200 juta	Sedang
4	Omzet Rp 200 juta sampai Rp 500 juta	Sedang
5	Omzet Rp 500 juta sampai Rp 1 miliar	Tinggi

Sumber: rangkuman diskusi Usaha Kecil Menengah: Tantangan dan alternatif jalan Keluar oleh Asian Foundation, Yayasan Indonesia forum, 1998.

Dari berbagai kriteria di atas umumnya usaha kecil memiliki modal terbesar Rp. 200.000.000,00 dengan hasil penjualan bersih pertahun Rp. 1.000.000.000,00 dan milik warga negara Indonesia.

Salah satu usaha kecil yang ada di Indonesia adalah usaha meubel dimana sebagian besar menghasilkan perabot rumah tangga seperti meja, lemari, kursi, tempat tidur dll yang terbuat dari kayu.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa usaha kecil meubel adalah usaha yang menghasilkan peralatan rumah tangga dengan modal yang tidak lebih dari Rp. 200.000.000,00 dan penjualan bersih pertahun sebesar 1.000.000.000,00 yang dimiliki oleh warga negara Indonesia

B. Kerangka Berpikir

Dalam konteks persaingan global yang semakin terbuka seperti saat ini, banyak tantangan yang harus dihadapi usaha kecil. Ribuan macam usaha sudah banyak dilakukan oleh masyarakat di muka bumi ini dan usaha-usaha baru pun pasti akan bermunculan lagi dan terus bertambah dari hasil pemikiran orang-orang kreatif, dengan demikian peluang usaha tidak akan

pernah berhenti dan kesempatan selalu terbuka selama manusia menjalani kehidupannya. Selain tantangan persaingan global, usaha kecil juga diperhadapkan pada tantangan lain seperti pertumbuhan penduduk, pengangguran, tanggung jawab sosial, keanekaragaman ketenagakerjaan, etika, kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan dan gaya hidup beserta kecenderungannya merupakan tantangan yang saling terkait.

Setiap usaha kecil harus mampu bersaing dengan menonjolkan keunggulan sumber daya masing-masing. usaha kecil yang unggul dalam sumber dayanya akan memenangkan persaingan. Sebaliknya, usaha kecil yang tidak memiliki keunggulan bersaing dalam sumber daya akan kalah dalam persaingan dan tidak akan mencapai banyak kemajuan. usaha kecil yang memiliki keunggulan bersaing adalah usaha kecil yang dapat memberdayakan sumber daya ekonomi dan sumber daya manusianya secara nyata. Sumber-sumber ekonomi dapat diberdayakan apabila manusia memiliki pengetahuan, keterampilan, inovatif dan kreatif, demikian juga pertumbuhan penduduk dunia yang cepat disertai persaingan yang tinggi akan menimbulkan berbagai angkatan kerja yang kompetitif dan pengangguran bagi sumber daya manusia yang tidak memiliki keunggulan dan daya saing yang kuat.

Usaha kecil tidak hanya dituntut untuk mampu bersaing namun juga diharapkan mampu mengembangkan usahanya untuk tetap eksis dalam memberikan kontribusi kesejahteraan bagi lingkungannya. salah satu arah untuk tetap eksis, peungsaha industri kecil harus mampu mencapai

keuntungan atau laba maksimal dimana hal tersebut sebagai pendukung kelancaran dan pengembangan bagi industrinya. Salah satu unsur yang sangat berperan dalam peningkatan laba adalah besarnya penjualan produk atau dapat diukur melalui volume penjualan industri. Peningkatan volume penjualan tidak mudah di tengah persaingan global dan tantangan lainnya, pengusaha industri kecil yang sebagai manajer dan sekaligus pemilik perusahaan dalam mencapai tujuan usahanya harus memiliki keunggulan berupa pengetahuan, keterampilan, sikap, tujuan, pandai mencari peluang, dan adaptif dalam menghadapi perubahan. Hal-hal tersebut dapat terakomodasi dalam pengetahuan kewirausahaan.

Pengetahuan kewirausahaan merupakan keseluruhan apa yang diketahui tentang segala informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha untuk dapat mencapai tujuan usaha. Misalnya bekal pengetahuan bidang usaha yang dimasuki dan lingkungan usaha yang ada disekitarnya, bekal pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab, pengetahuan kepribadian dan kemampuan diri, serta pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

Diharapkan setelah pengusaha memiliki bekal pengetahuan kewirausahaan, pengusaha mampu mengusai persaingan dimana pengusaha dapat mengetahui kelemahan dan kekuatan (pelayanan, harga, kualitas barang, distribusi, promosi dan lain-lain) sendiri ataupun yang dimiliki oleh pesaing. Serta pengusaha industri kecil diharapkan mampu memperbaiki kelemahannya agar dapat mengembangkan usahanya dan mencapai

keuntungan perusahaannya, dan secara otomatis pengusaha dapat meningkatkan volume penjualannya.

C. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teoritis dan kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas, maka rumusan hipotesis yang diajukan adalah “Terdapat hubungan yang negatif antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil”.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empirik tentang hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil di Kelurahan Pondok Bambu Jakarta Timur. Secara operasional tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan. Sehubungan dengan tujuan penelitian tersebut serta berlandaskan kajian teori yang relevan serta kerangka berpikir yang juga telah diuraikan di atas, maka peneliti ingin memperoleh data empiris sebagai upaya pembuktian hipotesis yang diajukan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha kecil kayu dan meubel di Kelurahan Pondok Bambu Jakarta Timur. Daerah tersebut dipilih sebagai tempat penelitian karena :

- 1) Tempat penelitian merupakan daerah yang banyak dihuni oleh para pengusaha kayu dan meubel
- 2) Tempat penelitian merupakan daerah yang dijadikan tempat pembuatan meubel oleh para pengrajin.

- 3) Para pengusaha meubel di tempat penelitian sangat variatif ditinjau dari tingkat keberhasilan usahanya.

Waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan, terhitung sejak bulan Juni 2011 sampai dengan bulan Juli 2011. Waktu tersebut diambil karena merupakan waktu yang tepat bagi penelitian untuk dapat lebih memfokuskan diri pada kegiatan penelitian.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *expost facto* dengan pendekatan korelasional sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil.

Metode ini merupakan suatu metode penelitian yang sistematis dan empirik yang datanya diperoleh dari responden berdasarkan fakta yang telah terjadi sebelumnya.⁷⁸ Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk menerapkan kaitan antara variabel-variabel yang diteliti, terutama keterkaitan yang positif. Adapun alasan penelitian menggunakan pendekatan korelasional adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian korelasional merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau beberapa variabel
- 2) Penelitian tidak menuntut subyek penelitian yang terlalu banyak
- 3) Perhatian penelitian ditujukan kepada variabel yang dikorelasikan.⁷⁹

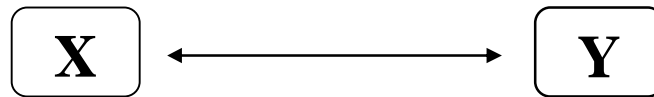
⁷⁸ Imam Chourmain, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: FPIPS, IKIP, 1994), h. 1

⁷⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Dikti, 1993), h. 326

Dalam penelitian ini pengetahuan kewirausahaan merupakan variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi dan diberi simbol X. Sedangkan volume penjualan merupakan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi, diberi simbol Y. Untuk menjangkau data tentang variabel bebas dan variabel terikat digunakan kuesioner.

D. Konstelasi Hubungan antar Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel bebas (variabel X) dan volume penjualan sebagai variabel terikat (variabel Y). Hubungan antara variabel X dan variabel Y digambarkan sebagai berikut :



keterangan :

←→ : arah hubungan

X : variabel bebas ; pengetahuan kewirausahaan

Y : variabel terikat ; volume penjualan

E. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul “metode penelitian pendidikan”, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpilannya.⁸⁰ Jadi populasi tidak hanya orang namun juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga tidak hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau pun subyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha meubel di Kelurahan Pondok Bambu yang berjumlah 228 usaha kecil, data diperoleh dari Kantor Kelurahan Pondok Bambu Jakarta Timur. Sedangkan populasi terjangkau berjumlah 40 usaha kecil, dengan alasan diantaranya pengusaha yang memiliki modal awal dalam berusaha lebih dari Rp. 5.000.000,-. Tahun berdiri usaha dimulai pada tahun 2000 dan 2001. serta lokasi usaha berada di pinggir jalan raya (strategis).

2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel menurut Sugiyono adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸¹ Sampel dalam penelitian ini adalah pengusaha meubel yang diambil dengan menggunakan teknik acak sederhana yaitu prosedur pengambilan sampel dimana individu yang masuk dalam kategori populasi mempunyai kesempatan yang sama dan bebas untuk dipilih atau terpilih dan terwakili sebagai anggota dari suatu sampel.⁸²

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), h. 117

⁸¹ *Ibid.*, h. 118.

⁸² Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 1993), h. 102

Besarnya sampel yang diambil sebanyak 36 usaha kecil yang ditentukan dengan taraf kesalahan 5% (tabel *Ishac*) dari jumlah populasi terjangkau sebanyak 40 usaha kecil kayu dan meubel.

F. Instrumen Penelitian

Variabel penelitian dibedakan menjadi variabel terikat dan variabel bebas. Variabel Y merupakan variabel terikat dalam hal ini volume penjualan industri kecil, sedangkan variabel bebas dinyatakan dalam variabel X yaitu pengetahuan kewirausahaan. Untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Volume Penjualan (Y)

a. Definisi Konseptual

Volume penjualan adalah jumlah total penjualan barang atau jasa yang diterima oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.

b. Definisi Operasional

Volume penjualan merupakan jumlah total penjualan barang atau jasa yang diterima oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Data volume penjualan diperoleh dari hasil laporan perusahaan yang berupa jumlah total penjualan dalam bentuk uang (rupiah) yang diterima untuk suatu periode tertentu. Dalam penelitian ini data volume penjualan perusahaan dalam setahun (2010).

2. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X)

a. Definisi Konseptual

Pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha untuk mencapai keberhasilan usaha.

b. Definisi Operasional

Pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha untuk mencapai keberhasilan usaha. Adapun indikator pengetahuan terdiri dari: mengingat, memahami, aplikasi. Dengan materi kewirausahaan yang terdiri dari: peran dan tanggung jawab, kepribadian dan kemampuan diri, bidang usaha dan lingkungan usaha, serta manajemen dan organisasi bisnis.

c. Kisi-kisi Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan

Kisi-kisi instrumen penelitian pengetahuan kewirausahaan yang disajikan pada bagian ini adalah kisi-kisi instrumen yang akan diujicobakan maupun instrumen final.

Kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan kewirausahaan guna memberikan informasi mengenai butir

soal yang drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal dan juga untuk memberikan sejauh mana instrumen final masih mencerminkan indikator variabel pengetahuan kewirausahaan. Kisi-kisi instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.1
Kisi-kisi Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan

No.	Materi Kewirausahaan	Indikator					
		Mengingat		Memahami		Aplikasi	
		Uji Coba	Final	Uji Coba	Final	Uji Coba	Final
1	Peran & Tanggung Jawab	6,8,10	5	1,3,4,7	1,3,4	2,5,9	2
2	Kepribadian & Kemampuan diri	11,15,19	7,11	12,13,14,16,20	6,8,12	7,8	9,10
3	Bidang usaha & Lingkungan usaha	1,3,6	16	2,4,7,9,10	13,14,17,19,20	5,8	15,18
4	Manajemen & Organisasi bisnis	7,9	27,29	1,2,3,4,5	21,22,23,24,25	6,8,10	26,28,30

Sumber: data diolah oleh penulis

Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dalam bentuk tes yang harus dijawab dengan cara memilih alternatif jawaban yang telah disediakan, Setiap butir pernyataan memiliki nilai berupa skor. Dimana hanya ada satu jawaban yang benar, dan untuk jawaban yang benar bernilai satu sedangkan yang salah bernilai nol. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel III.2
Skala Penilaian (Guttman) untuk Instrumen Penelitian Pengetahuan Kewirausahaan

Option	Positif	Negatif
Benar	1	0
Salah	0	1

Sumber: data diolah oleh penulis

d. Validasi Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan

Proses pengembangan instrumen pengetahuan kewirausahaan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk butir pertanyaan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel pengetahuan kewirausahaan seperti terlihat pada tabel III.1.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas isi, yaitu seberapa jauh suatu instrument tes mampu mengukur penguasaan terhadap seperangkat materi yang telah ditetapkan hendak diukur. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut akan diujicobakan kepada 30 responden.

Proses ini dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dan reliabilitas instrumen dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

1) Validitas Instrumen

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁸³ Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi yang menunjukkan sejauh mana pertanyaan, tugas, atau butir dalam setiap tes atau instrumen mampu mewakili secara keseluruhan dan proporsional perilaku sampel yang dikenai tes tersebut.⁸⁴

Dengan demikian tes tersebut valid apabila soal-soal atau butir-butir tes

⁸³ Sugiyono, *Op. Cit.*, h. 173.

⁸⁴ Djaali, et. Al., *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta : Program Pascasarjana UNJ, 2000), h. 122.

mencerminkan keseluruhan konten (materi) yang diujikan secara proporsional. Validitas yang akan diuji di sini adalah validitas butir yang diperhatikan oleh seberapa jauh hasil ukur butir tersebut konsisten dengan hasil ukur instrumen secara keseluruhan. Oleh karena itu, validitas butir tercermin pada besaran koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Jika koefisien korelasi antara skor butir dengan skor instrumen positif dan signifikan maka butir tersebut dianggap valid berdasarkan ukuran validitas internal. Jika skor butir soal diskontinum (misal soal bentuk objektif dengan skor butir soal 0 atau 1) maka untuk menghitung koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen digunakan koefisien korelasi biserial (r_{pbis}) yang menggunakan rumus :

$$r_{pbis} = \frac{M_p - M_t}{S_t} \sqrt{\frac{p}{q}} \quad 85$$

Keterangan :

- r_{pbis} : Koefisien korelasi poin biserial antara skor butir soal no. i dengan skor total
- M_p : Rata-rata skor total responden yang menjawab benar item yang dicari korelasinya dengan tes
- M_t : Rata-rata skor total semua responden
- S_t : Standar deviasi skor total
- p : Proposi jawaban yang benar untuk butir soal no. i
- q : Proposi jawaban yang salah untuk butir soal no. i

Nilai koefisien korelasi yang didapat untuk masing-masing butir, dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi yang ada di tabel r (r_t) pada alpha tertentu. Jika koefisien korelasi skor butir dengan skor total lebih

⁸⁵ *Ibid.*, h. 122

besar dari koefisien korelasi tabel r, maka koefisien korelasi dianggap valid secara empiris.

2) Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan dapat diandalkan, atau dengan kata lain reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama.⁸⁶ Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabilitas konsistensi (*internal consistency*) gabungan item yang berkaitan dengan kemantapan atau konsistensi antara item-item suatu tes. Koefisien reliabilitas konsistensi gabungan item dapat dihitung dengan teknik Kuder Richardson, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum pq}{St^2} \right] \quad 87$$

Keterangan :

- r_{ii} = Koefisien reliabilitas tes secara keseluruhan
- p = Proporsi subjek yang menjawab item dengan benar
- q = Proporsi subjek yang menjawab item dengan salah
- St^2 = Varians skor total
- k = Banyak item yang valid
- $\sum pq$ = Jumlah hasil perkalian antara p dan q

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut :

⁸⁶ Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, h. 140

⁸⁷ *Ibid.*, h. 100

1. Mencari Persamaan Regresi $\hat{Y} = a + bX$:

Didapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX \quad ^{88}$$

Dimana koefisien a dan b dapat dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad \text{dan} \quad a = \bar{Y} - b\bar{X} \quad ^{89}$$

$$\text{dimana : } \sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

2. Uji Persyaratan Analisis

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui data yang diperoleh dan yang akan diolah memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan terhadap galat taksiran regresi Y dan X dengan menggunakan Liliefors pada taraf signifikan $(\alpha) = 0,05$

Hipotesis Statistik:

H_0 : Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 : Regresi Y atas X berdistribusi tidak normal

Kriteria Pengujian:

Jika $L_{hitung} < L_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

⁸⁸ Sudjana, *Metode Statistika*, Edisi ke-4 (Bandung: Tarsito, 1996), h. 312

⁸⁹ *Ibid.*, h. 315

Prosedur yang digunakan adalah:

- 1) Pengamatan x_1, x_2, \dots, x_n dilakukan bilangan baku z_1, z_2, \dots, z_n dengan menggunakan rumus: $Z_i = \frac{x_i - \bar{x}}{s}$ (\bar{x} dan s masing-masing merupakan rata-rata dan simpangan baku sampel).
- 2) Untuk tiap bilangan baku ini dan menggunakan daftar distribusi normal baku, kemudian dihitung peluang $F(Z_i) = P(z \leq z_i)$.
- 3) Selanjutnya dihitung proporsi z_1, z_2, \dots, z_n yang lebih kecil atau sama dengan z_i . Jika proporsi ini dinyatakan oleh $S(Z_i)$, maka $S(z_i) = \frac{\text{banyaknya } z_1, z_2, \dots, z_n \text{ yang } \leq z_i}{n}$
- 4) Hitung selisih $F(z_i) - S(z_i)$ kemudian tentukan harga mutlaknya
- 5) Ambil harga yang paling besar diantara harga-harga mutlak selisih tersebut. Sebutlah harga terbesar ini L_0 .⁹⁰

Dalam penelitian ini variabel x yang dimaksud dalam prosedur diatas adalah $(Y - \bar{Y})$,

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti dengan kriteria

$$F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$$

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : b = 0$$

$$H_1 : b \neq 0$$

Kriteria pengujian keberartian regresi adalah:

Tolak H_0 jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka regresi berarti. Terima H_0 jika

$F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka regresi tidak berarti. Regresi dinyatakan berarti

(signifikan) jika menolak H_0 .

⁹⁰ Sudjana, *Op. Cit.*, h. 466-467

b. Uji Linearitas regresi

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut merupakan bentuk linier atau non linier.

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \hat{Y} = a + b X$$

$$H_1 : \hat{Y} \neq a + b X$$

Kriteria Pengujian :

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka persamaan bentuk regresi yang diperoleh adalah linier. Langkah perhitungan keberartian dan linieritas regresi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III. 3
ANAVA ⁹¹

Sumber Varians	DK	Jumlah Kuadrat	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F Hitung	F Tabel
Total (T)	N	$\sum Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{\sum(Y)^2}{N}$	-	-	-
Regresi (a/b)	1	$b \cdot \sum XY$	$\frac{JK(b/a)}{db(b/a)}$	$\frac{RJK(b/a)^*)}{RJK(S)}$	$\frac{F(1-\alpha)}{(1,n-2)}$
Residu (S)	n-2	$JK(T)-JK(a)-JK(b/a)$	$\frac{JK(S)}{db(s)}$		
Tuna Cocok (TC)	k-2	$JK(S)-JK(G)$	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{RJK(TC)^{ns})}{RJK(G)}$	$\frac{F(1-a)}{(k-2,n-k)}$
Galat (G)	n-k	$\sum \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y^2)}{N} \right\}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$		

Sumber: Sudjana, *Metoda Statistika*, h. 327

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti
ns) Persamaan regresi linier

⁹¹ *Ibid.*, h, 327

c. Perhitungan Koefisien Korelasi

Menghitung koefisien korelasi product moment r_{xy} dari Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{\sum XY}{\sqrt{\sum X^2 \cdot \sum Y^2}} \quad 92$$

Keterangan :

r = Tingkat keterikatan hubungan

$\sum X$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

Perhitungan koefisien korelasi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat keterikatan hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

d. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji t)

Untuk mengetahui signifikansi koefisien a dan b (secara individual) dilakukan dengan uji t, dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 93$$

Keterangan :

t_{hitung} = Skor signifikansi koefisien korelasi

r = Koefisien korelasi product moment

n = Banyaknya data

Hipotesis Statistik :

$H_0 : a, b = 0$

$H_1 : a, b \neq 0 (b > 0)$

⁹² Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, h. 170

⁹³ Sudjana, *Op. Cit.*, h. 377

Kriteria pengujian :

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi signifikan

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien korelasi tidak signifikan.

Hal ini dilakukan pada taraf signifikan (α) = 0,05 dengan derajat kebebasan (DK) = $n - 2$. Jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi signifikan.

e. Koefisien Determinasi

Selanjutnya diadakan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui besarnya variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X, maka dilakukan perhitungan koefisien determinasi, rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r_{XY}^2 \text{ }^{94}$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r_{XY}^2 = Koefisien korelasi

⁹⁴ S. Supranto, *Metode Statistik Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Erlangga, 1993), h. 146

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Data Penelitian

Objek penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Pondok Bambu dengan 12 RW dan 174 RT merupakan salah satu kelurahan yang memiliki pengusaha meubel dengan jumlah besar di Jakarta Timur, selain kelurahan Jatinegara Kaum, Klender dan Jatinegara. Pada awalnya sepanjang Jalan Raya Bekasi Jatinegara Kaum Kecamatan Pulogadung merupakan pusat terbesar meubel. Namun pada tahun 1970 ketika ada perluasan jalan para pengusaha memindahkan usaha mereka ke Kelurahan Pondok Bambu.

Saat ini jumlah pengusaha meubel di Kelurahan Pondok Bambu tercatat sebanyak 228 perusahaan. Para pengusaha meubel terbesar pada RW 01, RW 02, RW 03, RW 04 dan RW 06, dengan jumlah pengusaha terbesar di sepanjang Jalan Pahlawan revolusi. Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi yang peneliti adakan, bila dilihat dari latar belakang pendidikan, dari jumlah 228 pengusaha dapat diketahui sebagai berikut: sekolah dasar (45%); Sekolah Menengah Atas (46%) dan Diploma tiga & Strata satu (9%).

B. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk menyajikan gambaran umum mengenai hasil pengolahan data dari dua variabel dalam penelitian ini, yaitu volume penjualan sebagai variabel terikat dengan pengetahuan

kewirausahaan sebagai variabel bebas. Skor yang akan disajikan adalah skor yang telah diolah dari data mentah dengan menggunakan statistik deskriptif. Secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Data Volume Penjualan

Data mengenai volume penjualan diambil dari hasil angket berupa check list pada 36 usaha kecil kayu dan meubel khususnya volume penjualan yang diperoleh selama 1 tahun. Dari data volume penjualan nilai tertinggi sebesar Rp. 360.000.000,00 dan volume penjualan terendah Rp. 36.000.000,00 dengan rata-rata volume penjualan sekitar Rp. 170.940.000,00 (Lampiran 19). Berdasarkan data volume penjualan tersebut didapat rata-ratanya (\bar{Y}) 170,94; varians (S^2) sebesar 11547,77 dan simpangan baku (S) sebesar 107,46 (lampiran 17). Dengan rentang data (R) = 324, banyak kelas interval (K) = 6 dan panjang kelas interval (KI) = 54 (lampiran 19).

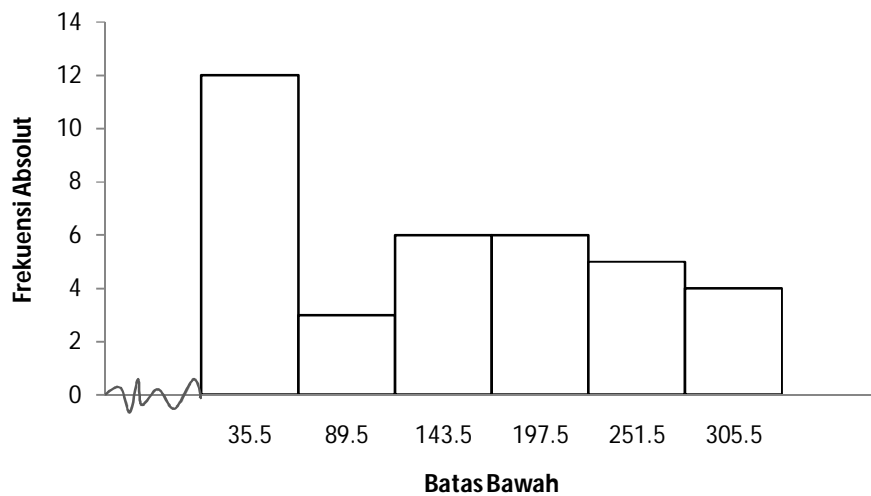
Tabel IV.1

Distribusi Frekuensi Volume Penjualan (Variabel Y)

No.	Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	F. Absolut	F. Relatif
1	36 -89	35,5	89,5	12	33,33%
2	90 – 143	89,5	143,5	3	8,33%
3	144 – 197	143,5	197,5	6	16,67%
4	198 – 251	197,5	251,5	6	16,67%
5	252 - 305	251,5	305,5	5	13,89%
6	306 - 360	305,5	360,5	4	11,11%
Σ				36	100%

Untuk mempermudah penafsiran data volume penjualan, dapat dilihat pada gambar dibawah ini,

Gambar IV.1
Grafik Histogram Volume Penjualan



Berdasarkan grafik histogram pada gambar IV.1 diatas terlihat bahwa sumbu Y (Volume Penjualan) dimulai dari batas nyata 15,5. hal ini disebabkan karena besarnya volume penjualan terendah yang diperoleh adalah 16, sehingga $(16-0,5)$, merupakan batas nyata awal pertama. Dan juga dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi terdapat pada kelas pertama (33,33%) sebanyak 12 yakni antara 36-89, sedangkan frekuensi terendah terdapat pada kelas kedua (8,33%) sebanyak 3 yakni antara 90-143. Jumlah frekuensi yang berada pada skor rata-rata yaitu sebanyak 6 orang (16,67%), sedangkan jumlah frekuensi yang berada diatas rata-rata sebanyak 21 Orang (58,33%), dan jumlah frekuensi yang berada di bawah rata-rata sebanyak 9 orang (25%).

2. Data Pengetahuan Kewirausahaan

Data pengetahuan kewirausahaan diperoleh dari hasil pengisian instrumen penelitian pada 36 usaha kecil kayu dan meubel di daerah Pondok Bambu Jakarta Timur. Data yang diambil dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk tes dikotomi (B-S) yang merupakan indikator-indikator dari pengetahuan kewirausahaan diantaranya, indikator dari pengetahuan yaitu mengingat, memahami dan aplikasi dengan materi kewirausahaan yaitu peran dan tanggung jawab, kepribadian dan kemampuan diri, bidang usaha dan lingkungan usaha, serta manajemen dan organisasi bisnis. Pengetahuan kewirausahaan diperhitungkan dari hasil perskoran terhadap item pernyataan yang dijawab benar oleh responden.

2.1 Indikator Pengetahuan

a. Mengingat

Pernyataan yang mencerminkan daya ingat pengusaha kecil kayu dan meubel terhadap materi peran dan tanggung jawab sebanyak 1 butir soal yang terdapat pada nomor 5. Dari hasil penelitian soal yang terjawab dengan benar oleh 36 responden adalah sebesar 33 atau 91,67%.

Daya ingat pengusaha terhadap materi kepribadian dan kemampuan diri sebanyak 2 butir soal yang terdapat pada nomor 7 dan 11. Dari hasil penelitian soal yang terjawab dengan benar adalah sebesar 66 atau 91,67%. Daya ingat pengusaha terhadap materi bidang usaha dan lingkungan usaha sebanyak 1 butir soal yang terdapat pada nomor 16 dengan hasil jawaban yang benar adalah sebesar 35 atau 97,22%.

Daya ingat pengusaha terhadap materi manajemen dan organisasi bisnis sebanyak 2 butir soal yang terdapat pada nomor 27 dan 29 dengan hasil jawaban yang benar adalah sebesar 65 atau 90,28%. Dari masing-masing jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa daya ingat pengusaha kayu dan meubel mengenai peran dan tanggung jawab; kepribadian dan kemampuan diri; bidang usaha dan lingkungan usaha; manajemen dan organisasi bisnis berkategori tinggi. Hal ini terlihat dari skor jawaban benar yang lebih besar dari jawaban salah yaitu 370,84% menjawab benar dan 29,16% menjawab salah.

Data indikator mengingat dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini :

Tabel IV.2
Distribusi Frekuensi Mengingat

Materi Kewirausahaan	Frekuensi Absolut		Frekuensi Relatif	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Peran & Tanggung Jawab	33	3	91,67%	8,33%
Kepribadian & Kemampuan Diri	66	6	91,67%	8,33%
Bidang Usaha & Lingkungan Usaha	35	1	97,22%	2,78%
Manajemen & Organisasi Bisnis	65	7	90,28%	9,72%
Jumlah	199	17	370,84%	29,16%

Untuk memperjelas skor indikator mengingat digambarkan dalam pie chart dibawah ini :

Gambar IV.2

Grafik Lingkaran Mengingat yang Menjawab dengan Benar



b. Memahami

Pernyataan yang mencerminkan pemahaman pengusaha kecil kayu dan meubel terhadap materi peran dan tanggung jawab sebanyak 3 butir soal yang terdapat pada nomor 1, 3 dan 4. Dari hasil penelitian soal yang terjawab dengan benar oleh 36 responden adalah sebesar 95 atau 87,96%.

Pemahaman pengusaha terhadap materi kepribadian dan kemampuan diri sebanyak 3 butir soal yang terdapat pada nomor 6, 8 dan 12 dengan hasil jawaban yang benar adalah sebesar 94 atau 87,04%. Pemahaman pengusaha terhadap materi bidang usaha dan lingkungan usaha sebanyak 5 butir soal yang terdapat pada nomor 13, 14, 17, 19 dan 20 dengan hasil jawaban yang benar adalah sebesar 160 atau 88,89%.

Pemahaman pengusaha terhadap materi manajemen dan organisasi bisnis sebanyak 5 butir soal yang terdapat pada nomor 21, 22, 23, 24 dan 25 dengan hasil jawaban yang benar adalah sebesar 166 atau 92,22%. Dari masing-masing jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa pemahaman pengusaha kayu dan meubel mengenai peran dan tanggung

jawab; kepribadian dan kemampuan diri; bidang usaha dan lingkungan usaha; manajemen dan organisasi bisnis berkategori tinggi. Hal ini terlihat dari skor jawaban benar yang lebih besar dari jawaban salah yaitu 356,11% menjawab benar dan 43,89% menjawab salah.

Data indikator memahami dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini :

Tabel IV.3
Distribusi Frekuensi Memahami

Materi Kewirausahaan	Frekuensi Absolu		Frekuensi Relatif	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Peran & Tanggung Jawab	95	13	87,96%	12,04%
Kepribadian & Kemampuan Diri	94	14	87,04%	12,96%
Bidang Usaha & Lingkungan Usaha	160	20	88,89%	11,11%
Manajemen & Organisasi Bisnis	166	14	92,22%	7,78%
Jumlah	515	61	356,11%	43,89%

Untuk memperjelas skor indikator memahami digambarkan dalam pie chart dibawah ini :

Gambar IV.3
Grafik Lingkaran Memahami yang Menjawab dengan Benar



c. Aplikasi

Pernyataan yang mencerminkan aplikasi pengusaha kayu dan meubel terhadap materi peran dan tanggung jawab sebanyak 1 butir soal yang terdapat pada nomer 2. Dari hasil penelitian soal yang terjawab dengan benar oleh 36 responden adalah sebesar 34 atau 94,44%.

Aplikasi pengusaha terhadap materi kepribadian dan kemampuan diri sebanyak 2 butir soal yang terdapat pada nomer 9 dan 10 dengan hasil jawaban yang benar adalah sebesar 66 atau 91,67%. Aplikasi pengusaha terhadap materi bidang usaha dan lingkungan usaha sebanyak 2 butir soal yang terdapat pada nomer 15 dan 18 dengan hasil jawaban yang benar adalah sebesar 61 atau 84,72%.

Aplikasi pengusaha terhadap materi manajemen dan organisasi bisnis sebanyak 3 butir soal yang terdapat pada nomer 26, 28 dan 30 dengan hasil jawaban yang benar adalah sebesar 92 atau 85,15%. Dari masing-masing jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi pengusaha kayu dan meubel mengenai peran dan tanggung jawab; kepribadian dan kemampuan diri; bidang usaha dan lingkungan usaha; manajemen dan organisasi bisnis berkategori tinggi. Hal ini terlihat dari skor jawaban benar yang lebih besar dari jawaban salah yaitu 356,02% menjawab benar dan 43,98% menjawab salah.

Data indikator aplikasi dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini :

Tabel IV.4
Distribusi Frekuensi Aplikasi

Materi Kewirausahaan	Frekuensi Absolut		Frekuensi Relatif	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Peran & Tanggung Jawab	34	2	94,44%	5,56%
Kepribadian & Kemampuan Diri	66	6	91,67%	8,33%
Bidang Usaha & Lingkungan Usaha	61	11	84,72%	15,28%
Manajemen & Organisasi Bisnis	92	16	85,19%	14,81%
Jumlah	253	35	356,02%	43,98%

Untuk memperjelas skor indikator aplikasi digambarkan dalam pie chart dibawah ini :

Gambar IV.4
Grafik Lingkaran Aplikasi yang Menjawab dengan Benar



Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa tingkat pengetahuan pengusaha dalam mengingat, memahami dan aplikasi berbeda-beda yaitu dalam mengingat sebesar 370,84% yang menjawab benar, dalam memahami sebesar 356,11% yang menjawab benar dan

dalam aplikasi sebesar 356,02% yang menjawab benar. Berdasarkan hasil tersebut maka indikator yang paling tertinggi berada pada mengingat sebesar 370,84%.

2.2 Materi Kewirausahaan

a. Peran dan Tanggung jawab

Pernyataan yang mencerminkan materi peran dan tanggung jawab pada instrumen pengetahuan kewirausahaan sebanyak 5 butir soal yang terdapat pada nomor 1, 2, 3, 4 dan 5. Dari hasil penelitian soal yang terjawab dengan benar oleh 36 responden adalah sebesar 162 atau 90%. Dari jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat peran dan tanggung jawab pada pengusaha kecil kayu dan meubel berkategori tinggi yang dapat diartikan bahwa pengusaha dapat mengingat dengan baik mengenai peran sebagai seorang wirausaha dalam masyarakat serta mengingat bahwa pentingnya tanggung jawab dalam berusaha. Pengusaha dapat memahami bagaimana perannya sebagai seorang wirausaha yang memberikan peluang kerja bagi masyarakat serta memahami perlunya bertanggung jawab terhadap hasil kreatif dan inovatifnya. Dan akhirnya dengan mengingat dan memahami mengenai peran dan tanggung jawab yang baik, maka pengusaha mampu mengaplikasikan perannya sebagai seorang wirausah yang bertanggung jawab dalam setiap usaha yang dilakukannya.

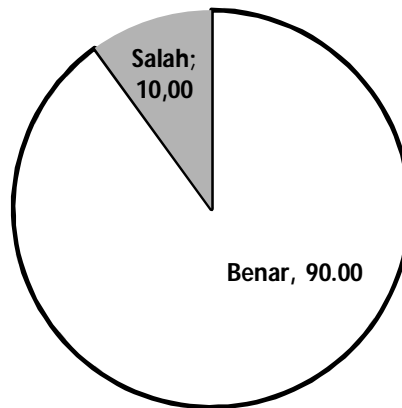
Data materi peran dan tanggung jawab dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini :

Tabel IV.5
Distribusi Frekuensi Peran dan Tanggung Jawab

Nilai Jawaban	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
Benar	162	90%
Salah	18	10%
Jumlah	180	100%

Untuk memperjelas skor peran dan tanggung jawab digambarkan dalam pie chart dibawah ini :

Gambar IV.5
Grafik Lingkaran Peran dan Tanggung Jawab



b. Kepribadian dan Kemampuan Diri

Pertanyaan yang mencerminkan materi kepribadian dan kemampuan diri pada instrumen pengetahuan kewirausahaan sebanyak 7 butir soal yang terdapat pada nomor 6, 7, 8, 9, 10, 11 dan 12. Dari hasil penelitian soal yang terjawab dengan benar oleh 36 responden adalah sebesar 226 atau 89,68 %. Dari jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepribadian dan kemampuan diri pada pengusaha kecil kayu dan meubel berkategori tinggi. Yang dapat diartikan bahwa ingatan dan pemahaman pengusaha mengenai kepribadian dan kemampuan seorang wirausaha

baik, maka dalam aplikasinya pengusaha memiliki perencanaan dalam segala kegiatan serta yakin terhadap kemampuannya sendiri dalam mencapai tujuan usahanya.

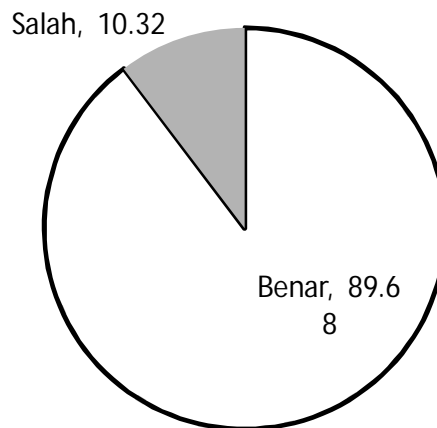
Data materi kepribadian dan kemampuan diri dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini :

Tabel IV. 6
Distribusi frekuensi Kepribadian dan Kemampuan Diri

Nilai Jawaban	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
Benar	226	89,68%
Salah	26	10,32%
Jumlah	252	100%

Untuk memperoleh skor kepribadian dan kemampuan diri digambarkan dalam pie chart dibawah ini :

Gambar IV. 6
Grafik Lingkaran Kepribadian dan Kemampuan Diri



c. Bidang Usaha dan Lingkungan Usaha

Pertanyaan yang mencerminkan materi bidang usaha dan lingkungan usaha pada instrumen pengetahuan kewirausahaan sebanyak 8 butir soal yang terdapat pada nomor 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 dan 20. Dari hasil

penelitian soal yang terjawab dengan benar oleh 36 responden adalah sebesar 256 atau 88,89%. Yang dapat diartikan bahwa ingatan dan pemahaman pengusaha mengenai bidang usaha yang digelutinya serta lingkungan usaha baik. Dengan demikian dalam aplikasi pengusaha mampu mengembangkan usahanya melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif untuk menjaga akses pasarnya serta menjaga lingkungan usahanya yang menjadi salah satu faktor keberhasilan usahanya.

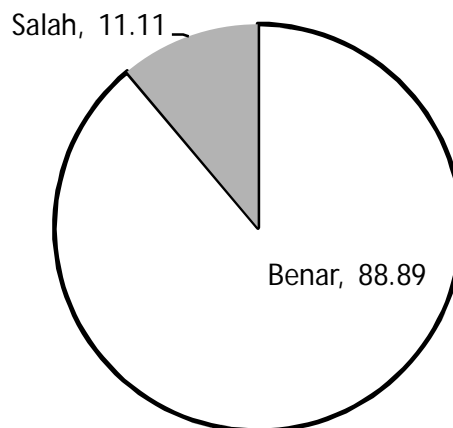
Data melihat bidang usaha dan lingkungan usaha dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini :

Tabel IV. 7
Distribusi frekuensi Bidang Usaha dan Lingkungan Usaha

Nilai Jawaban	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
Benar	256	88,89%
Salah	32	11,11%
Jumlah	288	100%

Untuk memperoleh skor bidang usaha dan lingkungan usaha digambarkan dalam pie chart dibawah ini :

Gambar IV. 7
Grafik Lingkaran Bidang Usaha dan Lingkungan Usaha



d. Manajemen dan Organisasi Bisnis

Pertanyaan yang mencerminkan materi manajemen dan organisasi bisnis pada instrumen pengetahuan kewirausahaan sebanyak 9 butir soal yang terdapat pada nomor 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 dan 30. Dari hasil penelitian soal yang terjawab dengan benar oleh 36 responden adalah sebesar 323 atau 89,72 %. Dapat diartikan bahwa ingatan dan pemahaman pengusaha baik mengenai manajemen dan organisasi bisnis, secara otomatis dengan pemahaman dan ingatan yang baik pengusaha mampu mengubah cara berusahanya dengan dengan memiliki manajemen usaha diantaranya membuat perencanaan usaha yang matang, pelaksanaan yang efisien dan efektif serta menggugalkan etika berbisnis dalam pemasaran, proses produksi dan seluruh kegiatan usahanya sehingga mampu mencapai laba usaha.

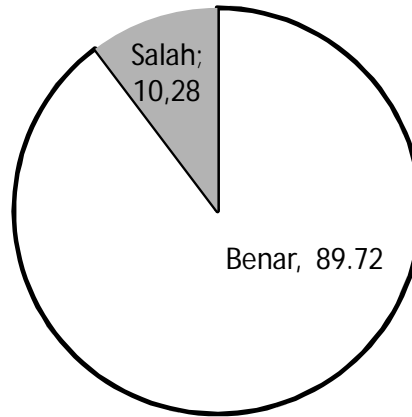
Data melihat manajemen dan organisasi bisnis dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini :

Tabel IV. 8
Distribusi frekuensi Manajemen dan Organisasi Bisnis

Nilai Jawaban	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
Benar	323	89,72%
Salah	37	10,28%
Jumlah	360	100%

Untuk memperoleh skor manajemen dan organisasi bisnis digambarkan dalam pie chart dibawah ini :

Gambar IV. 8
Grafik Lingkaran Manajemen dan Organisasi Bisnis

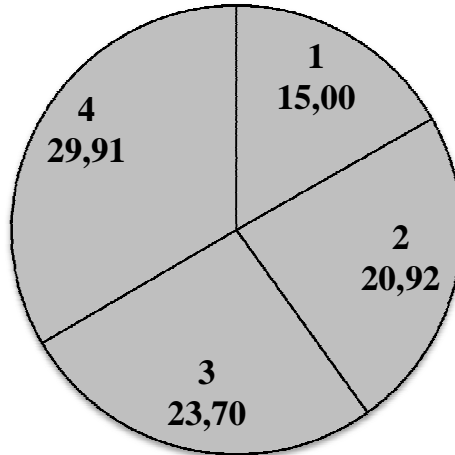


Materi-materi kewirausahaan setelah dijabarkan dalam tabel IV.5 sampai dengan tabel IV.8, maka untuk melihat secara keseluruhan data materi-materi kewirausahaan dapat dilihat pada tabel IV.9. Dan grafik lingkaran (pie chart) untuk menggambarkan data variabel bebas (X), dibawah ini :

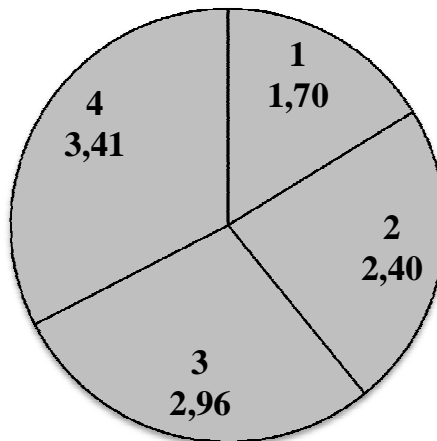
Tabel IV. 9
Distribusi frekuensi Pengetahuan Kewirausahaan

No.	Nilai Jawaban	F. Relatif Benar	F. Relatif Salah	Jumlah
1	Peran dan Tanggung jawab	15,00%	1,70%	16,70%
2	Kepribadian dan Kemampuan diri	20,92%	2,40%	23,32%
3	Bidang usaha dan Lingkungan usaha	23,70%	2,96%	26,66%
4	Manajemen dan Organisasi bisnis	29,91%	3,41%	33,32%
		89,54%	10,48%	100%

Gambar IV. 9
Grafik Lingkaran Pengetahuan Kewirausahaan yang Menjawab dengan Benar



Grafik Lingkaran Pengetahuan Kewirausahaan yang Menjawab dengan Salah



Keterangan :

- 1 = Peran dan Tanggung jawab
- 2 = Kepribadian dan Kemampuan diri
- 3 = Bidang usaha dan Lingkungan usaha
- 4 = Manajemen dan Organisasi Bisnis

Berdasarkan tabel distribusi diatas menunjukkan bahwa pengusaha industri kecil kayu dan meubel di Pondok Bambu memiliki pengetahuan kewirausahaan yang tinggi, hal ini terlihat dari skor jawaban benar yang lebih besar dari jawaban salah yaitu 89,54% menjawab benar dan 10,48% menjawab salah. Persentase skor jawaban benar terlihat pada grafik lingkaran (pie chart), yaitu peran dan tanggung jawab sebesar 90%, kepribadian dan kemampuan diri 89,68%, bidang usaha dan lingkungan usaha 88,89%, dan manajemen dan organisasi bisnis 89,72%.

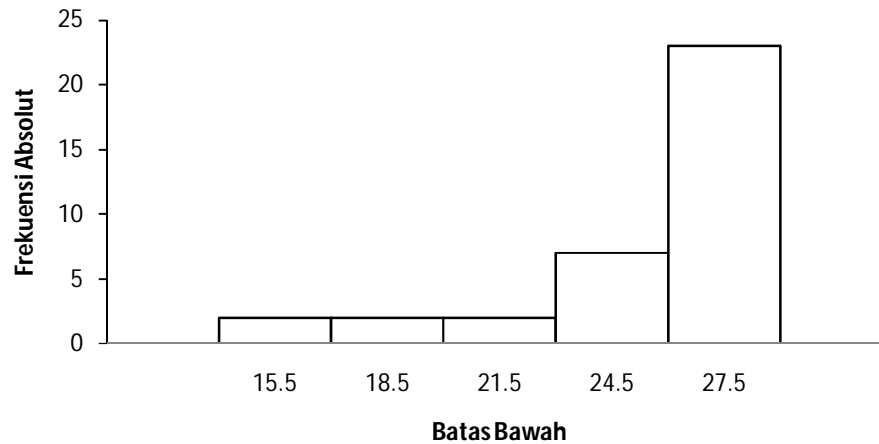
Berdasarkan data tersebut maka diperoleh rata-rata (\bar{X}) sebesar 26,86; varians (S^2) 13,04 dan simpangan baku (S) sebesar 3,61 (lampiran 17). Rentang data variabel X sebesar 14, banyaknya kelas (K) = 5, dan panjang kelas (KI) = 3. (lampiran 18)

Tabel IV.10
Distribusi frekuensi Pengetahuan Kewirausahaan

No.	Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	F. Absolut	F. Relatif
1	16 – 18	15,5	18,5	2	5,56%
2	19 – 21	18,5	21,5	2	5,56%
3	22 – 24	21,5	24,5	2	5,56%
4	25 – 27	24,5	27,5	7	19,44%
5	28 – 30	27,5	30,5	23	63,88%
Σ				36	100%

Untuk mempermudah penafsiran data volume penjualan, dapat dilihat pada gambar dibawah ini,

Gambar IV.10
Grafik Histogram Pengetahuan Kewirausahaan



Berdasarkan grafik histogram pada gambar IV.10 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel pengetahuan kewirausahaan terdapat pada kelas (28-30) yaitu 63,88% sebanyak 23 orang. Sedangkan frekuensi terendah terdapat pada kelas satu, dua dan tiga (16-24) masing-masing 5,56% sebanyak 6 orang. Jumlah frekuensi yang berada pada skor rata-rata yaitu sebanyak 7 orang (19,44%), sedangkan jumlah frekuensi yang berada diatas rata-rata sebanyak 23 orang (63,88%), dan jumlah frekuensi yang berada dibawah rata-rata sebanyak 6 orang (5,56%).

C. Analisis Data

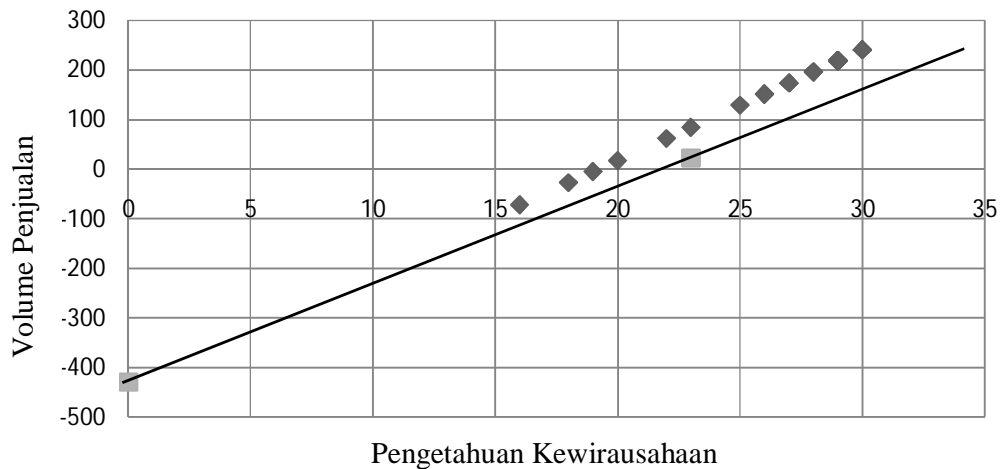
1. Persamaan Garis Regresi

Analisis regresi linier sederhana terhadap kedua variabel penelitian yaitu pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan menghasilkan

koefisien arah regresi sebesar 22,38 dan konstanta sebesar -430,19 jadi, bentuk hubungan antara pengetahuan kewirausahaan (variabel X) dengan volume penjualan usaha kecil (variabel Y), memiliki persamaan regresi - (lampiran 21). Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor pengetahuan kewirausahaan akan mengakibatkan kenaikan volume penjualan usaha kecil sebesar 22,38 skor pada konstanta -430,19.

Persamaan garis regresi - dapat dilukiskan pada gambar IV. 11, berikut ini:

Gambar IV. 11
Persamaan Garis Regresi



2. Pengujian Persyaratan Analisis

Pengujian normalitas galat taksiran bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan dengan melihat atau data $(F(Z_i)-S(Z_i))$ yang terbesar yaitu 0,0686.

Kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} < L_{tabel}$ dan berdistribusi tidak normal jika $L_{hitung} > L_{tabel}$.

Hasil pengujian dengan uji Liliefors pada taraf signifikansi 0,05 dengan data sebanyak 36 usaha kecil kayu dan meubel, menyimpulkan bahwa data variabel X (Pengetahuan Kewirausahaan) dan variabel Y (Volume Penjualan) berdistribusi normal. Dengan nilai L_{hitung} sebesar 0,0686 dan nilai L_{tabel} 0,1476. Dimana $L_{hitung} < L_{tabel}$. (lampiran 27).

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah “Terdapat hubungan yang positif antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil”. Selanjutnya dilakukan uji keberartian dan linieritas persamaan regresi pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil yang hasil perhitungannya disajikan dalam tabel IV.11.

Tabel IV. 11
ANAVA untuk Uji Keberartian dan Kelinieran Persamaan Regresi
Pengetahuan Kewirausahaan dengan Volume Penjualan Usaha Kecil

$$\hat{Y} = - 430,19 + 22,38X$$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{Tabel}
Total (T)	36	1456164			
Regresi (a)	1	1051992,11			
Regresi (b/a)	1	228560,67	228560,67	44,25	4,13
Residu (S)	34	175611,22	5165,04		
Tuna Cocok (TC)	10	148543	14854,3	13,17	2,26
Galat (G)	24	27068	1127,83		

Keterangan :

*) : Regresi berarti, $F_{hitung} (44,25) > F_{tabel} (4,13)$

ns) : Regresi linier $F_{hitung} (13,17) > F_{tabel} (2,26)$

Pada tabel F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $(n-2) = 34$ pada $\alpha = 0,05$ diperoleh $F_{hitung} (44,25)$ sedangkan $F_{tabel} (4,13)$. Dari hasil pengujian seperti ditunjukkan pada tabel IV.11 menunjukkan bahwa $F_{hitung} (44,25) > F_{tabel} (4,13)$ jadi, dapat disimpulkan bahwa regresi berarti. (Lampiran 28)

Untuk tabel F yang digunakan untuk mengukur linearitas regresi dengan dk pembilang $(k-2) = 10$ dan dk penyebut $(n-k) = 24$ dengan $\alpha = 0,05$ diperoleh $F_{hitung} (13,17)$ sedangkan $F_{tabel} (2,26)$. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} (13,17) > F_{tabel} (2,22)$ yang berarti regresi tidak linier. (lampiran 29)

Hasil pengujian pada tabel diatas menyimpulkan bahwa bentuk hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil adalah berarti dan tidak linier.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bukan secara kebetulan pengetahuan kewirausahaan mempunyai hubungan dengan volume penjualan usaha kecil melainkan didasarkan pada analisis statistik yang menguji signifikansi hubungan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$).

Setelah dilakukan uji keberartian dan kelinieran regresi, tahap selanjutnya adalah melakukan perhitungan koefisien korelasi. Perhitungan koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keterkaitan hubungan

antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil diperoleh koefisien korelasi $r_{XY} = 0,89$. (lampiran 32)

Tabel IV. 12
Pengujian Koefisien Korelasi Sederhana antara X dan Y

Koefisien antara variabel X dengan variabel Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel}
	0,89	79,21%	11,28	1,70

Keterangan :

$t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,28 > 1,70$ maka H_0 ditolak atau terdapat koefisien korelasi yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Berdasarkan pengujian signifikansi koefisien korelasi antara pasangan skor pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil sebagaimana terlihat pada tabel IV.12 diatas diperoleh $t_{hitung} = 11,28$ dan $t_{tabel} = 1,70$. (Lampiran 33) Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{XY} = 0,89$ adalah signifikan.

Hasil perhitungan koefisien determinasi $KD = 79,21\%$. Hal ini berarti variasi volume penjualan usaha kecil (variabel Y) ditentukan oleh pengetahuan kewirausahaan (variabel X), sedangkan 20,79% variasi volume penjualan usaha kecil ditentukan oleh faktor-faktor lainnya. (Lampiran 34)

D. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, terdapat hubungan signifikansi antara pengetahuan dengan volume penjualan usaha kecil kayu dan meubel dengan perhitungan koefisien korelasi (r_{XY}) sebesar 0,89, dengan kata lain diketahui adanya hubungan positif

antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usah kecil kayu dan meubel pada Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur. Dari perhitungan itu pula maka dapat diinterpretasikan bahwa pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi volume penjualan usaha kecil, atau dengan kata lain semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan pengusaha maka semakin tinggi pula volume penjualan usaha kecil. Demikian pula semakin rendah pengetahuan kewirausahaan pengusaha maka akan semakin rendah pula volume penjualan usaha kecil.

E. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sampai pada tingkat kebenaran mutlak. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan yang dilakukan selama melakukan penelitian ini, diantaranya adalah keterbatasan faktor yang diteliti yakni hanya mengenai hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan usaha kecil. Sementara volume penjualan usaha kecil dapat dipengaruhi oleh banyak faktor.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini secara empiris dan berdasarkan perhitungan statistik telah berhasil menguji adanya hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan, melalui perhitungan koefisien korelasi product moment. Dalam perhitungan diperoleh r_{hitung} sebesar 0,89 Dan r_{tabel} sebesar 0,329. Maka terbukti bahwa ada hubungan positif antara pengetahuan kewirausahaan dengan volume penjualan.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa kenaikan volume penjualan dapat dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan, semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki pengusaha akan dapat memperbesar volume penjualan yang diterima perusahaan.

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh 79,21%, variasi volume penjualan dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan pada usaha kecil meubel yaitu strategi promosi sebagai salah satu cara dalam meningkatkan penjualan kualitas produk yang dihasilkan industri kecil, penetapan harga yang digunakan industri kecil serta keterampilan tenaga kerja merupakan faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan industri kecil dan lain-lainnya.

Pada akhir penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada usaha kecil kayu dan meubel di Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur.

B. Implikasi

Implikasi yang dapat diambil dari hasil penelitian ini bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada usaha kecil kayu dan meubel, maka para pengusaha kayu dan meubel perlu terus meningkatkan pengetahuan kewirausahaan mereka khususnya dalam inovasi agar dapat terus bertahan dan berkembang.

Para pengeusaha juga harus mengikuti informasi yang berkembang dimasyarakat dan jika perlu para pengusaha juga dapat meningkatkan pengetahuan mereka dengan pendidikan formal, mengikuti pelatihan dan pembinaan yang mungkin diadakan oleh pemerintah guna memperkuat pengetahuan yang mereka dapat dari orang tua mereka dan memperdalam pemahaman mereka tentang bisnis yang mereka jalankan.

Meubel sebenarnya dapat menjadi andalan bagi Indonesia, khususnya semenjak krisis ekonomi bergolak di Indonesia justru usaha kecil kayu dan meubel memiliki peluang besar, karena membanjirnya permintaan dari luar negeri dan produk meubel ini merupakan salah satu kebutuhan bagi rumah tangga. Untuk itu agar para pengusaha tidak kehilangan peluang ini maka mereka perlu meningkatkan pengetahuan kewirausahaan mereka dengan baik

agar para pelanggan tidak beralih ke negara lain karena produk yang dihasilkan tidak memiliki kualitas yang bagus atau desain yang tidak menarik.

Dengan semakin baiknya pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki pengusaha maka akan semakin baik pengusaha tersebut menjalankan usahanya yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan.

C. Saran

Berdasarkan implikasi di atas maka penelitian memberikan saran antara lain :

- 1) Pengusaha kayu dan meubel diharapkan dapat terus meningkatkan pengetahuan kewirausahaan mereka dan menerapkannya pada bisnis yang mereka jalankan, diantaranya:
 - a. Para pengusaha diharapkan dapat terus mengikuti perkembangan informasi khususnya di dunia bisnis agar tidak kalah bersaing dengan pengusaha lainnya.
 - b. Para pengusaha diharapkan dapat terus mengembangkan inovasi dan kreatifitas mereka serta terus memperbaiki kualitas produk dan desain agar selalu *up to date*.
 - c. Para pengusaha diharapkan dapat bersikap aktif dalam melakukan kegiatan promosi seperti sering melakukan pameran guna menghadapi persaingan dengan usaha sejenis dan memperluas usahanya.

- d. Perusahaan meubel diharapkan membentuk suatu asosiasi memudahkan mereka dalam menjalin kerjasama dan mengembangkan usaha mereka lebih besar dan berbadan hukum
- 2) Pengusaha kayu dan meubel diharapkan dapat menambahkan wawasan dan pemahamannya dengan mengikuti pelatihan, seminar dan bentuk kegiatan lainnya.
- 3) Pemerintah diharapkan memperhatikan keberadaan usaha kecil kayu dan meubel khususnya dalam penyediaan sarana dan prasarana dalam pengembangan usaha dan memberikan kemudahan birokrasi untuk melakukan ekspor dan membantu permodalan mereka.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



EVA NURHAYATI. Lahir di Jakarta 25 Januari 1990, putri kedua dari pasangan **Karmuda Karel Simarmata dan Kerti Karolina br. Naibaho** , beralamat di jalan Rawa Kuning RT.002/RW.02 No. 132, Pulogebang, Cakung Jakarta Timur.

Riwayat Pendidikan

Menamatkan SD pada tahun 2001 dari SDN 24 Jakarta, melanjutkan pendidikan ke SMPN 146 Jakarta, tamat pada tahun 2004. Kemudian melanjutkan pendidikan ke SMAN 102 Jakarta Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial dan tamat pada tahun 2007. Melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Fakultas Ekonomi (FE) Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Program Studi Ekonomi Koperasi dengan Konsentrasi Pendidikan Ekonomi Koperasi melalui jalur PMDK pada tahun 2007.

Memiliki Pengalaman Praktek Kerja Lapangan (PKL) pada Koperasi Industri Kayu dan Meubel (KIKM) di Jatinegara Kaum, Pulogadung Jakarta Timur. Serta Program Pengalaman Lapangan (PPL) pada Sekolah SMA Labschool Jakarta di Jakarta Timur.