

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Isu mengenai ilmu kewirausahaan saat ini dianggap sangat penting, karena kewirausahaan tidak hanya dipandang sebagai wadah menciptakan lapangan pekerjaan tetapi juga dipandang untuk mampu meningkatkan kekayaan, inovasi, dan meningkatkan pembangunan ekonomi dan sosial (Autio, 2005; Birch, 1987; Kirzner, 1997; Frese, 2000). Hal demikian membuat kewirausahaan menjadi perhatian besar baik oleh pemerintah, akademisi maupun praktisi (Harrison & Leitch 2005; Reuber & Fisher, 1994; Grant, 1996; Zahra & George, 2002; Shane, 2000; Sonnentag & Frese, 2002). Berkembangnya ilmu kewirausahaan, membuat perhatian terhadap faktor-faktor pendukung bidang kewirausahaan juga sudah semestinya mendapatkan perhatian yang serius.

Walaupun negara kita secara nasional masih terlalu muda dalam memberikan perhatian terhadap kewirausahaan dibandingkan dengan beberapa negara lainnya seperti Swedia (Wiklund & Shepherd 2003, 2005), Slovenia (Antoncic & Hisrich 2001, 2004; Antoncic 2006), Afrika Selatan (Goosen et al, 2002.), China (Chen et al. 2005), Yunani (Dimitratos et al 2004), Finlandia (Jantunen et al 2005), Jerman (Walter et al 2006), Vietnam dan Thailand (Swierczek dan Ha 2003), Belanda (Kemelgor 2002; Stam dan Elfring, 2008; Inggris (Hughes dan Morgan 2007) dan Turki (Kaya 2006) namun dalam beberapa tahun terakhir perhatian baik pemerintah, akademisi dan juga pengusaha untuk mampu meraih kesuksesan bagi wirausahaan sudah dilakukan dengan usaha-usaha yang produktif.

Bertambahnya jumlah wirausaha dan juga dengan perkembangan lingkungan bisnis saat ini, yang mana terjadi perubahan teknologi baik pada pasar lokal ataupun pasar internasional yang begitu cepat maka organisasi perlu mempertimbangkan segala aspek sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kualitas produk dan proses organisasi untuk bertahan hidup (Alegre et al, 2006; Baron dan Tang, 2011). Kesuksesan wirausaha harus mampu ditingkatkan dalam mencapai pengembangan kewirausahaan yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya terbatas pada masalah mikro saja tetapi juga perlu dipandang secara makro. Untuk mencapai kesuksesan wirausaha tidak hanya mampu dipandang dan diukur dari aspek-aspek finansial saja tetapi juga perlu untuk memperhatikan faktor-faktor lainnya sebagai faktor-faktor pendukung mencapai kesuksesan.

Kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai bidang ilmu. Faktor yang berbeda yang selama ini cenderung terabaikan dalam mengukur kesuksesan wirausaha, diantaranya modal

sosial, orientasi kewirausahaan dan juga faktor lainnya seperti pengetahuan dan keberlanjutan usaha yang selama ini belum begitu mendasar menjadi alasan kesuksesan wirausaha sehingga perlu untuk diteliti . Inovasi dan kreativitas, sebagai salah satu faktor penggerak bisnis yang berada pada lingkungan sosial seperti dari jaringan, kepercayaan, dan norma telah mampu menarik perhatian besar peneliti sosial dan dikenal sebagai modal sosial yang sangat berpengaruh pada kesuksesan wirausah (Kaasa, 2009).

Modal sosial adalah salah satu topik yang paling populer dan kontroversial dalam perdebatan kontemporer. Putnam, Leonardi dan Nanetti (1993) mempunyai pandangan, kebanyakan studi mendefinisikan konsep modal sosial sebagai fitur dari kehidupan jaringan sosial, norma, dan kepercayaan yang memungkinkan anggota organisasi untuk bertindak bersama-sama sehingga mampu lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama. Meskipun definisi tersebut diterima secara luas dalam literatur namun berbagai masalah yang relevan baik untuk penelitian teoritis dan empiris masih banyak dipertanyakan. Jaringan, norma, dan kepercayaan tidak selalu bertindak dengan cara yang sama, dan sifat hubungan mereka harus hati-hati dinilai setiap kali, alasannya disebabkan oleh beberapa faktor (Jonsson, 2014), diantaranya, *Pertama*, beberapa jenis jaringan dapat menghambat difusi kepercayaan dan penguatan nilai, sehingga mengarahkan pengaruh negatif pada kesejahteraan dan pembangunan. *Kedua*, mengingat kepercayaan sebagai modal sosial yang mengarah untuk menghasilkan sebuah konsep yang baik namun kurang memperhitungkan kompleksitas dalam pengukurannya. Kepercayaan adalah aset yang sangat diperlukan untuk kegiatan ekonomi, karena kemampuannya untuk meningkatkan kerja sama dan mampu meningkatkan efisiensi pasar (Arrow, 1974, Dasgupta, 2000). Dalam jangka panjang, kepercayaan telah diakui sebagai faktor penyebab pertumbuhan ekonomi yang dibuktikan dalam literatur empiris (Knack & Keefer, 1997, Zak & Knack 2001, Dincer dan Uslaner, 2007. Hal tersebut memunculkan perkembangan keilmuan saat ini sehingga telah memunculkan keinginan yang begitu kuat untuk mengkaji lebih jauh mengenai dampak dari faktor-faktor sosial dan budaya pada hasil ekonomi atau sosial untuk mengukur kesuksesan wirausaha (Knack dan Keefer,1997), (Guiso, Sapienza dan Zingales, 2004). Modal sosial adalah sebuah konsep yang mendasar dalam memahami kreativitas, inovasi, dan menciptakan perilaku kewirausahaan serta dinamika organisasi karena mempengaruhi dan memfasilitasi proses kreativitas, inovasi, dan kelompok untuk mencapai kesuksesan wirausaha (Goyal dan Akhilesh, 2007).

Selain faktor modal sosial sebagai salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan wirausaha (Li et al., 2009), orientasi kewirausahaan juga dapat menjadi salah satu

faktor pendukung dalam kesuksesan wirausaha. Oleh karena itu organisasi pengusaha, dalam rangka meningkatkan kinerja bisnisnya, mereka harus memiliki pandangan yang mendorong pengambilan risiko dan inovasi sehingga akan mampu beradaptasi dengan ekonomi global yang cepat berubah yang merupakan pandangan dasar terhadap orientasi kewirausahaan (Lumpkin dan Dess, 2001).

Suatu negara yang berniat untuk berhasil dengan memicu minat kewirausahaan harus dapat memandang wirausaha dalam berbagai aspek, diantaranya memerlukan orientasi kewirausahaan (Najmabadi et al., 2013). Orientasi Kewirausahaan menghasilkan sebuah kerangka kerja dan prospek yang besar untuk kewirausahaan yang banyak tercermin dalam proses perusahaan dan budaya organisasi. Mayoritas peneliti kewirausahaan percaya bahwa organisasi dengan orientasi kewirausahaan yang kuat mampu mencapai tujuan mereka lebih efisien (Dess dan Lumpkin, 2001). Banyak artikel yang ada telah mendefinisikan orientasi kewirausahaan menggunakan kata-kata seperti proses, metode dan kegiatan pengambilan keputusan yang mengarah ke pengembangan produk atau jasa baru yang inovatif sehingga dapat membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya di pasar (Jambulingam et al, 2005;. Chen et al, 2006; Naldi et al, 2007).

Menurut (Covin dan Slevin, 2012) dalam studi mereka menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan adalah struktur multi-dimensi dan dapat dievaluasi dari sudut pandang yang berbeda (Chang et al., 2007). Miller (1983) merupakan yang pertama kali mengusulkan kerangka utama dimensi orientasi kewirausahaan menyarankan dimensi tertentu untuk menggambarkan orientasi kewirausahaan karena tidak semua indikator orientasi kewirausahaan dapat diterapkan dalam semua perusahaan. Miller, 1983 mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai sebuah pandangan dalam kewirausahaan yang terlibat dalam pasar dengan produk-produk inovatif, termasuk sedikit risiko, memimpin dalam inovasi, dan menempatkan para pesaingnya di tempat yang ketat (Morris et al., 2007). Inovasi adalah refleksi dari kecenderungan perusahaan terhadap ide-ide baru dengan proses kreatif, yang hasilnya terdapat pada produk baru, jasa atau proses teknologi. Pengambilan risiko menunjukkan kecenderungan perusahaan terhadap alokasi sumber daya dasar untuk proyek-proyek yang memiliki kemungkinan keberhasilan atau kegagalan di dalamnya. Pengambilan risiko juga dapat sebagai suatu cara yang cepat mengejar peluang, penyediaan sumber daya, dan meningkatkan keberanian. Menjadi pemimpin di pasar merupakan tujuan utama dengan cara mengambil peluang dari pemimpin pasar yang memiliki prospek permintaan di masa mendatang (Lumpkin dan Dess, 1996).

Lumpkin dan Dess (2001) menambahkan dua faktor lagi untuk orientasi kewirausahaan yang dapat memainkan peran utama dalam orientasi kewirausahaan yaitu persaingan agresif dan otonomi. Persaingan agresif mengacu kepada kecenderungan perusahaan untuk terlibat dengan maksimal menghadapi pesaing untuk memperbaiki situasi pasar. Perusahaan yang bersaing agresif akan mampu mengambil kesempatan dengan kekuatan untuk mencapai profitabilitas dan dapat lebih baik mempertahankan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang, asalkan target mereka adalah menyalip saingan dan tidak memukul mereka (Lumpkin dan Dess, 2001). Otonomi mengacu pada aktivitas independen dari orang atau tim untuk menciptakan ide-ide dan menerapkannya. Otonomi memberikan ambisi untuk organisasi individu agar mampu mengidentifikasi peluang dan mampu berjuang sampai mereka ditawarkan ke pasar (Lumpkin et al., 2009). Secara keseluruhan, spesifikasi orientasi kewirausahaan mencakup metode pengambilan keputusan dan tindakan dari anggota organisasi. Faktor-faktor ini, yaitu inovasi, berani mengambil risiko, proaktif, persaingan agresif, dan otonomi sering berinteraksi satu sama lain dalam rangka meningkatkan kinerja kewirausahaan. Keberadaan dimensi orientasi kewirausahaan yang ada ternyata masih mempunyai keterbatasan yang perlu untuk teliti lebih lanjut. Semangat dan orientasi individu dalam berwirausaha juga mampu mengemukakan faktor lainnya seperti faktor keberlanjutan usaha.

Untuk mampu menunjukkan kesuksesan wirausaha, selain masih sedikitnya hubungan faktor modal sosial dan orientasi kewirausahaan dalam menunjukkan kesuksesan maka pengukuran dan hasil kinerja bisnis juga menjadi hal yang penting dan sangat menentukan (Holmstrom, 1979, 1987; Jensen & Meckling, 1976; Ross, 1973). Kinerja bisnis adalah hal yang penting untuk diketahui di dalam pengembangan usaha baik usaha besar menengah dan kecil. Kegiatan kewirausahaan semakin dianggap penting untuk perusahaan, tetapi dalam ekonomi global yang kompleks saat ini, kewirausahaan telah menjadi bahkan lebih penting dipandang untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Wiklund dan Shepherd 2003). Karena globalisasi, wajah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terlihat semakin meningkatnya tekanan dan persaingan dari seluruh dunia dan ini diperparah lagi dengan kecanggihan perubahan pelanggan di seluruh dunia. Hal ini menjadi jelas bahwa UMKM menghadapi peningkatan kesulitan dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnis kecuali mereka secara aktif dapat mengelola situasi ini (Kraus & Horman, 2012). Di antara warisan studi yang telah terjadi selama bertahun-tahun, konsekuensi kinerja bisnis pada orientasi kewirausahaan belum begitu jelas, namun sudah banyak yang mampu diaplikasikan dalam usaha (Praag, 2000).

Lebih dari 100 studi dari orientasi kewirausahaan telah dilakukan, dan telah menghasilkan makna atau konseptual serta relevansi konsep untuk wirausaha (Rauch & Wiklund, 2012). Ini terjadi karena semakin banyak orang mengambil sikap positif terhadap kewirausahaan (Wennekers, 2006). Kita dapat memandang kewirausahaan bisa masuk ke semua unit dan bidang ilmu yang ada. Namun persoalannya adalah bagaimana wirausaha dapat dipandang sebagai salah satu variabel yang mampu mempengaruhi keberhasilan secara ekonomi. Hal lain yang menarik adalah kesuksesan wirausaha selama ini hanya dipandang dari aspek finansial dan kemampuan diri dan belum banyak yang meneliti adanya aspek lain seperti faktor jaringan dari modal sosial yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha (Timmons, 1989; Van den Flier, 1990; Nandram dan Samson, 2000).

Melihat kondisi wirausaha di Indonesia saat ini adalah topik yang perlu diperbincangkan. Berbicara angka jumlah wirausaha bukanlah sesuatu yang harus diperdebatkan, tetapi yang harus kita lakukan adalah bagaimana meningkatkan jumlah wirausaha Indonesia dengan melibatkan semua lapisan masyarakat dengan bersinerginya instansi-instansi terkait sebagai pondasi awal dalam membangun wirausaha di Indonesia. Jika merujuk pada beberapa literatur selalu mengatakan bahwa jika ingin suatu negara matang dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik maka harus mempunyai wirausaha minimal 2 persen dari jumlah penduduk. Berdasarkan angka tersebut Indonesia masih jauh tertinggal dibandingkan Malaysia, Singapura, Jepang dan Amerika yang berada diatas 2 persen. Saat ini jumlah wirausaha di Indonesia hanya 570.339 orang atau 0,24 persen dari jumlah penduduk yang sebanyak 237,64 juta orang. Padahal untuk jadi bangsa maju, dibutuhkan wirausaha minimal 2 persen dari jumlah penduduk (SIKI, 2012). Ini bisa dilihat dari jumlah pengusaha di Indonesia baru sebanyak 440 ribu pengusaha atau sekitar 0,02 persen dari total penduduk Indonesia. Bandingkan dengan negara-negara industri maju seperti Amerika Serikat (20 persen), Jepang (18 persen), Inggris (18 persen), Singapura (10 persen), China (5 persen) dan India (5 persen) (BPS, 2014).

Perkembangan teknologi yang merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada kemajuan wirausaha juga perlu untuk di pertanyakan. Kemajuan internet dan terbentuknya komunitas-komunitas wirausaha juga turut memberikan dampak pada perkembangan kewirausahaan di Indonesia. Ini hanya sebahagian kecil dari pengaruh teknologi yang berdampak terhadap keberadaan wirausaha dan masih banyak sebenarnya faktor lain jika dimanfaatkan dengan baik dan jika semua unsur terkait bersama-sama di dalam memajukan wirausaha, tentu dalam jangka waktu beberapa tahun Indonesia akan mampu menghasilkan wirausaha-wirausaha yang tangguh dan mampu bersaing.

Merujuk pada pengertian industri kreatif, maka ada 14 subsektor industri kreatif di Indonesia yakni periklanan; arsitektur; pasar barang seni; kerajinan; desain; fesyen; video, film dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan peranti lunak; televisi dan radio; serta riset dan pengembangan (SIKI, 2008).

Industri kreatif merupakan salah satu aspek yang saat ini cukup berkembang. Berkembangnya industri kreatif Indonesia membuat pemerintah memberikan perhatian yang sangat besar agar industri kreatif ini mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Saat ini perkembangan industri kreatif cukup menggembirakan, ini dibuktikan tahun 2013 ekspor produk kreatif mencapai Rp119 triliun (10 miliar dollar AS) yang naik 8 persen dibanding 2012 yaitu sebesar 109,48 triliun, menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sedangkan kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada 2013, tidak jauh berbeda dengan 2012, di kisaran 6,9 persen atau di posisi ke-tujuh, senilai Rp573 triliun dari sektor-sektor ekonomi lainnya (BPS, 2014). Ini membuktikan bahwa industri kreatif Indonesia mempunyai potensi yang besar di dalam menopang perekonomian negara. Berdasarkan data yang didapat bahwa kontribusi dari 14 sub sektor industri kreatif didominasi oleh Fesyen sebesar 43,02 persen dan kerajinan sebesar 25,12 persen diikuti dengan Periklanan (7,18 persen), Musik (5,30 persen) dan Penerbitan Dan Percetakan (4,86 persen). Ekonomi kreatif diyakini mampu menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah nasional, yaitu: (1) tingginya kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (rata-rata 7,28 persen per tahun); (2) penyerapan tenaga kerja di tengah tingginya pengangguran (7,75 persen), dan (3) peran aktif dalam perdagangan internasional. Dibawah ini dapat dilihat dampak dari industri kreatif terhadap sektor ekonomi pada Gambar 1.1.



**Gambar 1.1 Dampak industri kreatif terhadap sektor ekonomi**  
 Sumber:Departemen Perdagangan RI (2008)

Berkembangnya industri kreatif Indonesia tidak terlepas dari meningkatnya jumlah usaha-usaha kecil dan menengah yang saat ini memiliki pertumbuhan yang besar. Tidak bisa kita pungkiri bahwa keberadaan UMKM sudah terbukti sangat berdampak di dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan dapat menekan angka pengangguran serta mampu bertahan dalam kondisi krisis yang cukup parah. Saat terjadinya krisis moneter tahun 1998 maka sangat terlihat bahwa hanya UMKM yang mampu bertahan dan sejak saat itu perhatian pemerintah pada sektor ini terus meningkat tidak hanya pada keberadaan UMKM saja tetapi sudah sampai pada pengembangan UMKM. Dengan demikian maka keberadaan UMKM yang saat ini jumlahnya selalu bertambah dari tahun ketahun menjadi salah satu objek yang perlu ditelusuri keberadaan dan permasalahannya agar mampu dikembangkan (BPS, 2015).

Industri kreatif di Sumatera Barat sudah berkembang dan salah satunya adalah keberadaan industri kreatif kerajinan sulaman/bordir dan pertenunan (Koperindag Sumatera Barat, 2015). Industri kreatif ini merupakan usaha turun temurun yang sudah lama di geluti oleh masyarakat Sumatera Barat. Setiap daerah di Sumatera Barat mempunyai ciri khas mengenai hasil kerajinan sulaman/bordir dan pertenunannya misalnya kerajinan pertenunan Silungkang dan Pandai Sikek yang sudah dikenal sampai keluar negeri dan juga kerajinan sulaman ampek angkek dan banyak lagi jenis yang lainnya yang yang saat ini sudah dikenal luas. Pada umumnya etnis Minang yang menggeluti sektor ini di dalam memulai usaha

banyak yang dilakukan dengan modal sosial seperti jaringan dan kepercayaan (Primadona,2013). Untuk mengembangkan wirausaha kerajinan ini maka orientasi kewirausahaan telah menjadi konsep sentral dalam kewirausahaan yang telah menerima sejumlah besar perhatian teoritis dan empiris untuk pengembangan wirausaha (Covin, Greene, & Slevin, 2006).

Unsur lain selain keberadaan UMKM yang dianggap sangat berperan dalam pengukuran pengembangan kewirausahaan adalah dukungan dunia bisnis yang merupakan relevansi dari kewirausahaan itu sendiri. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu faktor pendukung kewirausahaan dan juga wadah untuk mampu meningkatkan kewirausahaan juga mesti ditingkatkan keberadaannya. UMKM kerajinan sulaman, bordir dan pertenunan yang menjadi objek analisis merupakan bagian dari industri kreatif.

Melihat fenomena diatas dan perkembangan UMKM saat ini, maka modal sosial,orientasi kewirausahaan serta kinerja bisnis harus mampu dilihat dari berbagai sisi untuk mencapai kesuksesan wirausaha. Keberlanjutan (*sustainability*) wirausaha dalam melihat *long-term orientation* akan mampu meningkatkan pengembangan UMKM yang perlu diperhitungkan. Hal ini melihat penelitian terdahulu yang sudah dilakukan tetapi belum memasukan keberlanjutan dalam konteks *long-term orientation* sebagai salah satu indikator orientasi kewirausahaan. UMKM bidang kerajinan sulaman dan pertenunan yang ada di Sumatera Barat merupakan usaha yang turun temurun dan umumnya di kelola secara personal. Melihat dari teori orientasi kewirausahaan yang dikemukakan awalnya (Miller, 1983) yang mengungkapkan tiga dimensi orientasi kewirausahaan yaitu inovasi, otonomi dan pengambilan resiko ) dan (Lumpkin dan Dess, 2001) menambahkan dua dimensi lagi yaitu proaktif dan persaingan yang agresif sebagai bahagian dari teori orientasi kewirausahaan yang pada umumnya dipakai saat ini.

Menurut pandangan yang ada dalam literatur mengungkapkan bahwa kelima dimensi belum mampu dipakai sekaligus dalam perusahaan dan semua tergantung pada siklus hidup perusahaan (Lumpkin & Dess 2001). Melihat keberadaan UMKM sektor kerajinan sulaman dan pertenunan yang ada di Sumatera Barat maka dimensi keberlanjutan dalam konteks *long-term orientation* perlu untuk dipertimbangkan menjadi salah satu indikator orientasi kewirausahaan. Karena pada umumnya UMKM ini dikelola secara turun temurun yang sudah menjadi pola tersendiri dari dahulunya. Keberlanjutan dalam *long-term orientation* disini akan mampu menjadi kebaruan dalam penelitian ini sebagai pembanding antara penelitian yang sudah dilakukan selama ini mengenai orientasi kewirausahaan. Kewirausahaan yang



berkelanjutan yang mana masih dianggap sesuatu yang baru bagi pelaku bisnis namun mampu menggerakkan perekonomian daerah (Moorthy et al., 2012). Banyak penelitian juga menemukan bahwa jumlah UMKM yang berpartisipasi dalam bidang ini kurang dibandingkan dengan organisasi besar. Oleh karena itu, sebagai tahap awal pengembangan kewirausahaan yang berkelanjutan pada UMKM harus mampu memahami faktor-faktor psikologis yang memicu keputusan orang untuk mengambil proses ini, dari literatur yang ada berbagai penelitian telah menggunakan istilah seperti kecenderungan, motivasi dan niat untuk melihat orientasi wirausaha yang berkelanjutan (Phan, Wong & Wang, 2002; Wang & Wong, 2004).

Pentingnya melihat keberlanjutan wirausaha dalam hal *long-term orientation* dalam mengembangkan usaha ini juga perlu untuk melihat pentingnya *knowledge* atau pengetahuan untuk mencapai kesuksesan wirausaha. Untuk memahami bagaimana dan mengapa pengetahuan mampu meningkatkan pertumbuhan yang sebenarnya dalam perusahaan dan khususnya UMKM, perlu untuk menjelaskan keterkaitan antara variabel yang membentuknya. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu faktor pendukung kewirausahaan dan juga wadah untuk melihat aspek keberlanjutan.

Penelitian terdahulu telah mengamati bahwa baik pengetahuan maupun kesuksesan kewirausahaan saja sudah cukup untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Investasi pada pengetahuan merupakan kondisi yang diperlukan, misalnya pengetahuan baru perlu dieksploitasi dan dimasukkan ke dalam penggunaan komersial sehingga dapat menyebabkan tingkat yang lebih tinggi dari daya saing dan pertumbuhan ekonomi secara umum (Acs et al, 2005; Mueller, 2006; Audretsch, 2007a. ). Bukti empiris menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan tidak hanya merangsang transfer pengetahuan antara berbagai ekonomi, kluster atau industri (Jaffe et al, 1993;. Bottazzi dan Peri, 2003; Link dan Scott, 2005; Mueller, 2006), tetapi juga mampu transformasi pengetahuan baru ke dalam pengetahuan ekonomi yang merupakan kesempatan bersifat komersil (Kirzner, 1997; Parker, 2004). Pengakuan pentingnya pengetahuan dalam mencapai kesuksesan wirausahaan telah menyebabkan perkembangan teori dan penyelidikan empiris ke dalam keterkaitan antara pengetahuan dan kesuksesan wirausahaan serta pengaruhnya terhadap kinerja ekonomi pada tingkat yang berbeda dari faktor yang di analisis. Di tingkat negara, teori mengenai pengetahuan pada kewirausahaan dikembangkan untuk membentuk hubungan antara pengetahuan dan kewirausahaan, mulai dari sudut pandang yang saling keterkaitan di antara mereka yang memiliki efek penting pada pertumbuhan ekonomi (Audretsch dan Lehmann, 2005; Audretsch dan Keilbach, 2007 2008;. Acs et al, 2009). Teori ini mengasumsikan bahwa

pengetahuan berfungsi sebagai sumber peluang kewirausahaan di satu sisi (Azoulay dan Shane, 2001; Archibald, et al, 2002; Audretsch dan Keilbach, 2003). Di sisi lain, ia menganggap bahwa komersialisasi peluang yang diciptakan oleh pengetahuan melalui hasil kegiatan kewirausahaan dalam pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi (Lucas, 1988; Romer, 1990; Glaeser et al, 1992), dan hubungan ini dimoderatori oleh kedekatan geografis ( Jaffe et al., 1993; Bottazzi dan Peri, 2003). Konsisten dengan teori ini, studi empiris menunjukkan bahwa investasi dalam memimpin pengetahuan baru untuk tingkat usaha yang baru berdiri lebih tinggi (Audrestch, 1995; Gua, 1998). Selanjutnya, peluang untuk berwirausaha menjadi superior ketika kemampuan untuk mengakses kemampuan dan pengetahuan dari sumber geografis seperti perguruan tinggi, perusahaan yang berteknologi tinggi/ besar atau lembaga penelitian lainnya adalah lebih besar (Audretsch et al, 2005; Mueller, 2006).

Berdasarkan uraian diatas yang sudah mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan sesuatu ilmu yang penting untuk dikaji lebih lanjut karena banyaknya kontribusi yang mampu di hasilkan dengan meningkatkan minat dan jumlah wirausaha di Indonesia yang sudah diuraikan berdasarkan beberapa literatur. Untuk dapat meningkatkan nilai baik kualitas ataupun kuantitas kewirausahaan yang dapat dilihat dari beberapa aspek atau variabel untuk mampu meningkatkan keberhasilan berwirausaha maka variabel lain seperti modal sosial, orientasi kewirausahaan, kinerja bisnis berperan untuk keberhasilan dan kesuksesan wirausaha.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka perumusan masalah yang akan diungkap di dalam penelitian ini dalam bentuk hipotesis adalah:

- a. Bagaimana pengaruh modal sosial terhadap orientasi kewirausahaan ?
- b. Bagaiman pengaruh modal sosial terhadap kesuksesan wirausaha ?
- c. Bagaimana pengaruh modal sosial terhadap kinerja bisnis ?
- d. Bagaimana pengaruh orientasi kewiraushaaan terhadap kinerja bisnis?
- e. Bagaimana pengaruh kinerja bisnis terhadap kesuksesan wirausaha ?
- f. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kesuksesan wirausaha?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh :

- a. Modal sosial terhadap orientasi kewirausahaan
- b. Modal sosial terhadap kesuksesan wirausaha
- c. Modal sosial terhadap kinerja bisnis

- d. Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis
- e. Kinerja bisnis terhadap kesuksesan wirausaha
- f. Orientasi kewirausahaan terhadap kesuksesan wirausaha

## **1.4 Relevansi Penelitian**

### **1.4.1. Relevansi Teoritis**

Perkembangan ilmu pengetahuan mampu menghasilkan beragam kontribusi pada berbagai bidang ilmu. Kewirausahaan telah menjadi isu penting dalam pembuatan kebijakan di Indonesia. Kebijakan untuk memulihkan pertumbuhan ekonomi dan daya saing mampu dilakukan dengan meningkatkan jumlah wirausaha (Audretsch, 2004). Kewirausahaan saat ini dianggap sebagai suatu kegiatan penting untuk perusahaan bisnis. Penelitian mengenai kewirausahaan baik internasional maupun nasional telah banyak mengungkapkan mengenai pentingnya kewirausahaan dan secara empiris sudah banyak membuktikan hubungan positif antara kewirausahaan dan kinerja bisnis dalam usaha (Lumpkin & Dess, 2001). Di banyak negara, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang penting untuk menjadi ujung tombak perekonomian negara. Saat ini, UMKM menghadapi tekanan yang semakin besar di pasar. Dengan demikian, kegiatan kewirausahaan di kalangan UMKM telah menjadi suatu yang mendunia bahkan lebih penting dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan yang berkelanjutan (Wiklund & Shepherd, 2003) dan mereka didorong untuk menerapkan pola pikir strategis dalam kewirausahaan untuk mengenali ancaman dan menangkap peluang untuk memastikan arah perusahaan untuk terus mempertahankan masa depan (Krueger, 2000).

Berbagai penelitian mengenai modal sosial, orientasi kewirausahaan, kinerja bisnis dan kesuksesan wirausaha sudah mampu menghasilkan berbagai pandangan untuk membangun bermacam-macam kontribusi yang dapat di aplikasikan ataupun memperkaya keilmuan secara teoritis. Berbagai riset terdahulu yang dilakukan dalam melihat hubungan antara modal sosial, orientasi kewirausahaan, kinerja bisnis dan kesuksesan wirausaha membuktikan keterkaitannya dalam membangun bidang kewirausahaan.

Modal sosial sudah lama dipandang sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha (Putnam, 1995). Penelitian yang dilakukan oleh Bosma & Prag (2000) yang meneliti kesuksesan wirausaha yang dilihat dari tiga variabel dan salah satunya modal sosial. Bedanya dengan penelitian yang kita lakukan adalah variabel yang digunakan untuk mengukur modal sosial yaitu menggunakan dimensi relasional, kognitif dan struktural. Studi sebelumnya telah mengidentifikasi faktor-faktor kewirausahaan yang berkontribusi

terhadap keberhasilan pengusaha yang dapat diuraikan dari beberapa pandangan sebelumnya (Zafir, 2011). Say (1971) mengusulkan bahwa pengusaha sukses harus memiliki kualitas yang luar biasa, terutama dalam pengambilan keputusan karena pengambilan keputusan berpengaruh terhadap kesuksesan wirausaha, sedangkan McClelland (1961) menyatakan bahwa seorang pengusaha merasa kebutuhan untuk berprestasi dan mampu untuk mencapai itu. Kualitas luar biasa lainnya termasuk internal seperti *locus of control* (Rotter, 1966), kepercayaan diri, kemandirian (Hisrich dan Gracher, 1995) dan inovasi serta komunikasi yang baik dan pengambilan keputusan keterampilan (Cox dan Jennings, 1995). (Zafir, 2011) mengungkapkan seorang pengusaha juga harus mampu menghadapi kemungkinan apapun secara efektif selama pembentukan usaha baru. Ini berarti bahwa pengusaha dapat melakukan pengambil risiko (Cox dan Jennings, 1995).

Pengambilan risiko juga merupakan faktor penting dalam mengembangkan kepribadian kewirausahaan yang kuat, yang berguna untuk kegiatan usaha (Wadhaw et al.,1998). Karakteristik lain dari pengusaha sukses mampu melihat peluang, ketekunan dan keterampilan sosial (Markman & Baron, 2003). Kriger & Hanson (1999) mengungkapkan tiga hal penting yang harus dimiliki oleh wirasusaha yaitu kejujuran, spiritualitas, dan etika atau nilai-nilai yang dianggap baik dan sangat penting oleh para pengusaha dalam menciptakan sebuah organisasi yang sehat (Pollit, 2004). Karakteristik seperti menjadi kreatif dan memiliki keterampilan interpersonal, mental dan teknis yang baik berkontribusi pada kesuksesan seorang pengusaha (Hodgetts & Kuratko, 1992). Selain itu faktor lain juga tidak kalah pentingnya seperti berorientasi pada tujuan, pragmatis, fleksibel, dan percaya diri adalah atribut yang menambah nilai bagi pengusaha (Nandram, 2002).

Faktor penting lain yang berkontribusi terhadap pengusaha sukses adalah pengetahuan yang diperoleh dari berbagai sumber seperti pelatihan atau pengalaman pribadi melalui pendidikan formal atau informal (Aldrich & Martinez, 2001). Pengetahuan dapat membantu pengusaha untuk menjadi inovatif dan memicu ide-ide baru, yang pada gilirannya memungkinkan pengusaha untuk menangkap peluang yang muncul dari lingkungan mereka (Ward, 2004; Curran et al, 1986.). Selain atribut yang dibahas di atas, kepemimpinan juga merupakan faktor relevan lain yang memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan bisnis (Dafna, 2008; Jong dan Hartog, 2007). Dafna (2008) mengungkap bahwa pengusaha dapat berlatih keterampilan kepemimpinan yang dapat memberikan perubahan organisasi dan inovasi dalam usaha bisnis mereka dan lebih lanjut. Jong dan Hartog, (2007) juga berpendapat bahwa kemampuan untuk mempengaruhi inovasi di antara karyawan dan kemampuan untuk melihat peluang pasar sangat membantu untuk mencapai kesuksesan

(Reijonen, 2008). Pengusaha membutuhkan dua jenis kompetensi kepemimpinan untuk berhasil, termasuk fungsional dan kompetensi diri (Swiercz dan Lydon, 2002). Kompetensi fungsional terdiri dari empat subsistem kinerja (yaitu, operasi, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia), sedangkan kompetensi diri termasuk integritas intelektual, mempromosikan perusahaan, kepemimpinan individu, memanfaatkan penasehat eksternal, dan menciptakan sebuah organisasi yang berkelanjutan. Namun demikian, pengusaha sukses adalah pemimpin yang baik (Cutting & Kouzmin, 2000), yang memiliki misi yang jelas, tujuan dan nilai-nilai untuk dibagikan dan dijual kepada orang lain (Thompson, 1999).

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian yang dilakukan ini mengukur hubungan antara empat variabel dalam wirausaha yaitu modal sosial, orientasi kewirausahaan, kinerja bisnis terhadap kesuksesan wirausaha. Bedanya dengan penelitian lainnya adalah penelitian ini dilakukan di Sumatera Barat pada UMKM kerajinan sulaman, bordir dan pertenunan di Sumatera Barat. Model yang dihasilkan merupakan hasil konfirmasi teori dan juga akan menghasilkan kebaruan dalam indikator dari konstruk yang ada pada beberapa variabel yang diteliti.

#### **1.4.2. Relevansi Praktis**

Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang berada di kawasan Asia Tenggara. Banyak negara-negara berkembang lainnya berusaha meningkatkan tingkat perekonomiannya dengan mengandalkan sumber daya yang berada di negaranya masing-masing dan mempunyai nilai jual yang tinggi sehingga mampu di andalkan untuk menopang perekonomian bangsa secara umum.

Kewirausahaan merupakan salah satu isu penting saat ini dan tidak hanya di negara berkembang bahkan sampai pada negara maju juga mengandalkan wirausaha sebagai salah satu upaya di dalam meningkatkan perekonomiannya. Sebagai aturan umum, semakin besar aktivitas kewirausahaan suatu daerah, semakin cepat pertumbuhan ekonomi lokal (Barth, 2006). Di Amerika yang merupakan salah satu negara maju di dunia ternyata sangat mengandalkan kewirausahaan sebagai salah satu penopang perekonomian negaranya. Negaranya memandang kewirausahaan melalui proses destruksi kreatif, yaitu 1) perusahaan kecil menjadi perusahaan besar yang membantu mempertahankan keadaan dinamis, 2) Proses penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Selama dekade terakhir di Amerika, perusahaan kecil telah memberikan 60 persen menjadi 80 persen dari pekerjaan baru (usaha yang baru dimulai) bersih dalam perekonomian dengan 500 tenaga kerja, dan pada umumnya hampir semua pekerjaan baru berasal dari usaha kecil dalam dua tahun pertama operasi (Barth, 2006).

Selain hangatnnya issue kewirausahaan saat ini, gaung mengenai ekonomi kreatif tidak kalah derunya sehingga Indonesia yang merupakan negara dengan berbagai budaya dan adat-istiadat dengan banyak daerah mampu menghasilkan banyak sekali hasil karya yang merupakan budaya lokal yang harus dikembangkan. Ekonomi kreatif merupakan suatu perwujudan dan keinginan untuk jangka waktu yang panjang dan berkelanjutan dengan mengandalkan kreativitas sehingga mampu mengandalkan sumber daya yang ada dengan mengharapkan ide, talenta dan kreativitas (SIKI,2008). Dengan menganggap bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu pandangan yang mesti dikembangkan maka pemerintah sudah membuat rencana pengembangan ekonomi kreatif Indonesia sampai untuk tahun 2025 yang memaparkan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif khususnya bagi negara berkembang. Munculnya pengembangan ekonomi kreatif di belahan dunia adalah perpanjangan dari dampak perubahan peradaban dari industri dan akhir-akhir ini di ikuti oleh perubahan kemajuan teknologi sehingga membuat semua orang berfikir untuk mampu memanfaatkan sumber daya lokal ataupun sumber daya terbarukan yang sebenarnya mampu untuk di kembangkan. Sektor ekonomi kreatif memperlihatkan kinerja yang semakin membaik. Pada 2012, kontribusi ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto (PDB) naik mencapai Rp574 triliun atau kurang lebih 7 persen .Kinerja ekonomi kreatif cukup menggembirakan, nilai PDB atas harga berlaku pada 2010 Rp473 triliun dan meningkat menjadi Rp574 triliun pada 2012 (KPRI,2012). Indonesia pada tahun 2013 lalu telah menghasilkan PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 9.109.129,4 miliar rupiah. Angka merupakan peningkatan atas PDB pada tahun 2012 sebesar 8.241.864,3. Perbandingan kedua PDB tersebut mengindikasikan pertumbuhan sebesar 10,52 persen. Sementara ini, sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 641.815,4 miliar dari total 9.109.129,4 miliar rupiah di atas. Kontribusi ini menempatkan sektor ekonomi kreatif di peringkat ketujuh dari 10 sektor ekonomi dengan persentase mencapai 7,05 persen. Sektor ekonomi kreatif sendiri mengalami peningkatan 10,9 persen dimana pada tahun 2012 silam, kontribusi yang diberikan sebesar 578.760,6 miliar rupiah (BPS, 2014).

Industri kreatif merupakan salah satu perwujudan di dalam mempercepat pencapaian ekonomi kreatif di indonesia maka arah pengembangan kreatif Indoensia menitik beratkan pada tiga tujuan yang berbasis yaitu, 1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*), 2) lapangan usaha kreatif (*creative industry*) dan 3) Hak Kekayaan Intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*). Kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada 2013, tidak jauh berbeda dengan 2012, di kisaran 6,9 persen atau di posisi ke-tujuh, senilai Rp573 triliun dari sektor-sektor ekonomi lainnya (KPRI, 2014).

Pengembangan industri kreatif tidak terlepas dari peran UMKM (usaha mikro kecil dan menengah). UMKM yang saat ini mengalami peningkatan dari tahun ketahun yang menandakan bahwa keberadaan UMKM memang selaras dengan pengembangan industri kreatif Indonesia sehingga perlu untuk mendapatkan perhatian yang serius. UMKM yang merupakan penjelmaan dari wirausaha sejalan dengan rencana pengembangan industri kreatif yang sudah di canangkan oleh pemerintah, dengan demikian penelitian mengenai kewirausahaan dengan issue yang berkembang seperti menilai kinerja bisnis, menilai orientasi kewirausahaan dan juga mengukur modal sosial masyarakat untuk menjadi wirausaha yang sukses perlu untuk dilakukan saat ini.

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi pada ekonomi kreatif khususnya bidang UMKM kerajinan sulaman, bordir dan pertenunan di Sumatera Barat dalam membangun usahanya karena dalam penelitian ini mengungkap bagaimana peran beberapa variabel agar berhasil dan mampu bersaing. Meningkatkan wirausahawan dan kewirausahaan akan dapat mengurai keberhasilan dan kesuksesan wirausaha dengan melihat kinerja bisnis yang dilakukan, melihat aspek modal sosial yang terjadi dalam menjalankan usaha serta mengembangkan orientasi kewirausahaan.

### 1.5 Kontribusi Penelitian (Kebaruan)

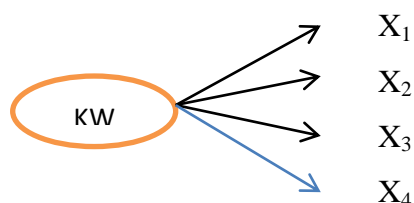
Kontribusi dari penelitian ini baik teoritis dan praktis adalah sebagai berikut:

#### 1.5.1 Kontribusi Teoritis

a. Alternatif Teori. Selama ini model kesuksesan wirausaha banyak dikembangkan berdasarkan pandangan kesuksesan wirausaha dari (Bosma&Praag, 2000) yang mengatakan bahwa kesuksesan wirausaha bersumber dari modal manusia (MM) dan modal keuangan (MK) sebagai alternatif dari teori dan berdasarkan pandangan tersebut penelitian ini menawarkan kontribusi pada riset tentang kesuksesan wirausaha yang di prediksi merupakan fungsi dari modal sosial, orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis.

b. Kontribusi Teori

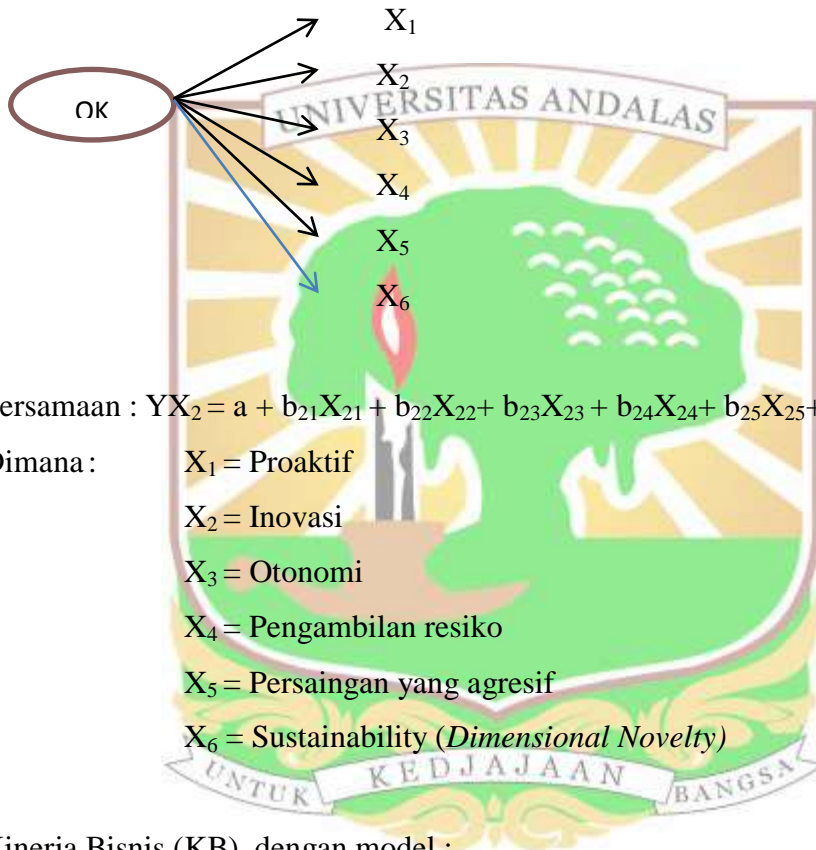
1. Berupa *dimentional novelty* pada variabel orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis dalam kesuksesan wirausaha (KW), dengan model :



Persamaannya sebagai berikut :  $Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + e$

- Dimana :  
 Y = Kesuksesan Wirausaha  
 X<sub>1</sub> = Modal Sosial  
 X<sub>2</sub> = Orientasi Kewirausahaan  
 X<sub>3</sub> = Kinerja Bisnis  
 X<sub>4</sub> = Knowledge (*Dimensional Novelty*)

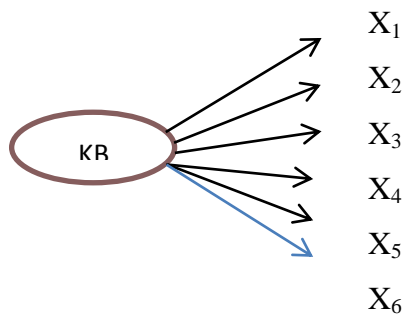
Orientasi Kewirausahaan (OK), dengan model :



Persamaan :  $Y_{X_2} = a + b_{21}X_{21} + b_{22}X_{22} + b_{23}X_{23} + b_{24}X_{24} + b_{25}X_{25} + b_{26}X_{26} + e$

- Dimana:  
 X<sub>1</sub> = Proaktif  
 X<sub>2</sub> = Inovasi  
 X<sub>3</sub> = Otonomi  
 X<sub>4</sub> = Pengambilan resiko  
 X<sub>5</sub> = Persaingan yang agresif  
 X<sub>6</sub> = Sustainability (*Dimensional Novelty*)

Kinerja Bisnis (KB), dengan model :



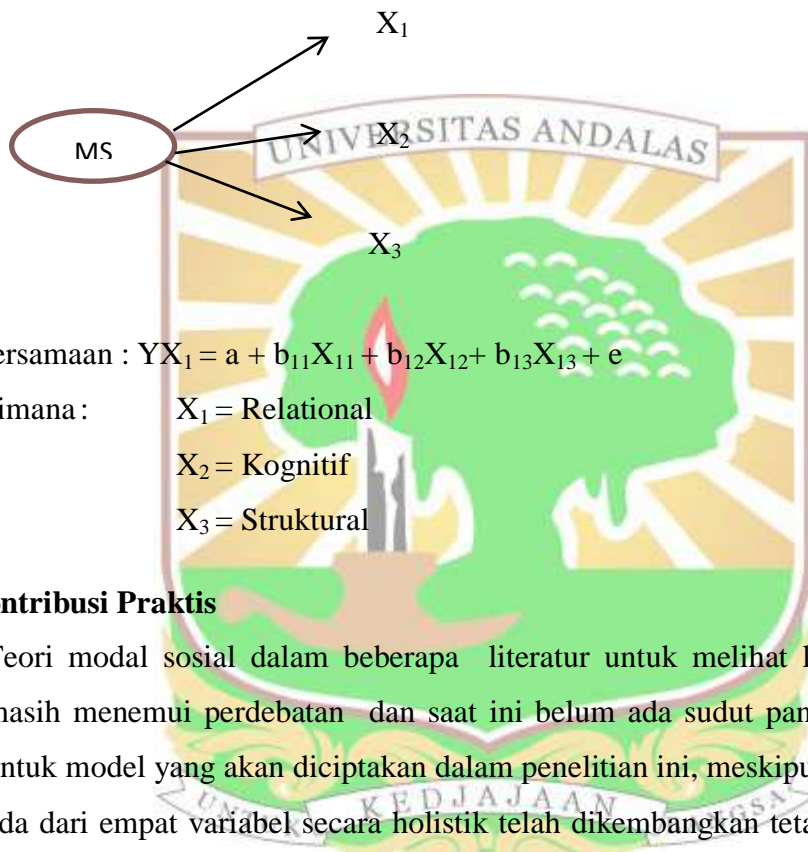
Persamaan :  $Y_{X_3} = a + b_{31}X_{31} + b_{32}X_{32} + b_{33}X_{33} + b_{34}X_{34} + b_{35}X_{35} + b_{36}X_{36} + e$

- Dimana :  
 X<sub>1</sub> = Kemampuan



- X<sub>2</sub> = Sumber daya
- X<sub>3</sub> = Lingkungan
- X<sub>4</sub> = Strategi dan Proses
- X<sub>5</sub> = Hasil Kerja
- X<sub>6</sub> = NFPI (*Dimensional Novelty*)

2. Berupa *Theory Confirmasi* pada variabel modal sosial (MS) yaitu dengan kesuksesan wirausaha, Kinerja Bisnis dan Orientasi Kewirausahaan dengan model :



Persamaan :  $YX_1 = a + b_{11}X_{11} + b_{12}X_{12} + b_{13}X_{13} + e$

- Dimana:
- X<sub>1</sub> = Relasional
  - X<sub>2</sub> = Kognitif
  - X<sub>3</sub> = Struktural

### 1.5.2 Kontribusi Praktis

1. Teori modal sosial dalam beberapa literatur untuk melihat kesuksesan wirausaha masih menemui perdebatan dan saat ini belum ada sudut pandang yang disepakati untuk model yang akan diciptakan dalam penelitian ini, meskipun banyak model yang ada dari empat variabel secara holistik telah dikembangkan tetapi dengan penelitian ini akan mampu memperkuat teori yang berhubungan dengan ke tiga dimensi modal sosial dalam penelitian ini.
2. Sebagian besar penelitian yang meneliti keempat variabel yang ada pada UMKM telah dilihat pada literatur dan ada beberapa faktor penentu keberhasilan yang berkontribusi terhadap UMKM tetapi belum spesifik pada UMKM kerajinan sulaman bordir dan pertenunan di Sumatera Barat. Penelitian ini memberikan pandangan yang komprehensif tentang bagaimana mengukur kesuksesan wirausaha dengan memperhatikan tiga variabel pada UMKM yang efektif sehingga mampu menciptakan model yang baru.

3. Penelitian ini menjawab 6 pertanyaan yang dilakukan untuk menciptakan model sehingga kerangka yang efektif untuk UMKM kerajinan sulaman bordir dan pertenunan dapat tercipta dan model yang tercipta mampu diaplikasikan.
4. Selama dua dekade terakhir, banyak kerangka kerja mengenai modal sosial, orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis telah dikembangkan. Namun, kebanyakan dari semuanya itu adalah untuk organisasi besar dan tidak dapat diadopsi oleh UMKM. Studi ini mengidentifikasi keberhasilan wirausaha khusus UMKM kerajinan sulaman bordir dan pertenunan untuk penggunaan yang efektif di UMKM dengan menghubungkan dengan modal sosial, kinerja bisnis dan orientasi kewirausahaan, melalui analisis survey.
5. Selama ini keberhasilan wirausaha banyak diteliti berhubungan dengan tiga variabel pada di negara maju dan industri yang besar sedangkan dalam penelitian ini penulis meneliti pada UMKM industri kreatif di negara berkembang. Kebaruan lainnya adalah pengukuran variabel orientasi kewirausahaan dengan menambahkan satu indikator yaitu *sustainability* dalam konteks *long-term orientation* dan untuk kesuksesan wirausaha menambahkan indikator *knowledge* sebagai kebaruan serta untuk kinerja bisnis menambahkan indikator NFPI (*Non Financial Performance Indicator*).

## 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

### 1.6.1 Ruang Lingkup Teoritis/Konseptual

Penelitian ini fokus pada mengukur kesuksesan wirausaha dalam UMKM Kerajinan Sulaman, Bordir dan Pertenunan di Sumatera Barat, dan pada penelitian ini ingin mengungkap bagaimana hubungan variabel orientasi kewirausahaan, modal sosial dan kinerja bisnis dalam melihat kesuksesan wirausaha.

Dalam pelaksanaan penelitian ini yang mana terdiri dari empat (4) variabel, yaitu modal sosial merujuk pada definisi modal sosial dari Eva Cox (1995) dan pengembangan indikator (Nahaphit dan Ghosal, 1998), untuk variabel orientasi kewirausahaan merujuk pada definisi orientasi kewirausahaan menurut (Miller, 1983, Lumpkin dan Dess, 1995, 2001, 2005, Lumpkin dan Brigham, 2010, 2011), untuk kinerja bisnis merujuk definisi dari (Wo & Zhao, 2008) dan untuk kesuksesan wirausaha merujuk pada definisi kesuksesan wirausaha dari (Lauren & Saroto, 2014). Penelitian ini akan melihat pengaruh variabel *independent* (modal sosial, orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis) terhadap variabel *dependent* (kesuksesan wirausaha).

### 1.6.2 Ruang Lingkup Kontekstual

Penelitian ini dilaksanakan di Sumatera Barat pada UMKM Kerajinan Sulaman Bordir dan Pertenunan di Sumatera Barat dalam konteks negara berkembang pada industri kreatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 235 dengan unit analisis UMKM dengan menggunakan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan *software* AMOS yang difokuskan pada Pemilik UMKM tersebut.

### 1.6.3 Ruang Lingkup Spasial/Geografis

Penelitian ini dilaksanakan di Sumatera Barat dengan 8 (delapan) daerah yang menjadi lokasi penelitian, yaitu: Kota Padang, Kota Padang Pariaman, Kota Bukitting, Kota Sawahlunto, Kota Payakumbuh, Kabupaten Padang Pariaman, Kabupaten Agam, dan Kabupaten Tanah Datar.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disertasi ini terdiri dari 6 bab yang terdiri dari Bab pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Temuan Penelitian, Pembahasan dan diakhiri dengan Kesimpulan. Lebih rinci mengenai sistematika penulisan ini dipaparkan sebagai berikut:

- Bab I: Pendahuluan, yang terdiri dari 6 sub pokok bahasan yaitu latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, pentingnya penelitian ini dilakukan, relevansi riset, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan disertasi.
- Bab II: Tinjauan Pustaka, menguraikan lebih rinci mengenai teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian yaitu konsep kewirausahaan, konsep modal sosial, orientasi kewirausahaan, kinerja bisnis dan teori kesuksesan wirausaha.
- Bab III: Metode Penelitian, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengolahan data menggunakan structural equation modelling (SEM).
- Bab IV: Temuan penelitian, mengungkapkan fenomena dari hasil yang di dapatkan dari keadaan seperti profil, keadaan geografis dan hal lainnya yang berhubungan dengan responden yang ada dilapangan dan hal ini yang akan diungkapkan dan dianalisis dalam pembahasan.
- Bab V: Pembahasan dan analisis, menguraikan dengan jelas pembahasan dan analisis penelitian yang dilakukan sehingga mampu menjawab tujuan dari penelitian.

Bab VI : Penutup, akan mengungkapkan 4 buah hasil dari penelitian yaitu kesimpulan yang akan menyimpulkan dari semua uraian yang sudah dilakukan selama penelitian dan juga akan memunculkan saran yang sangat berguna bagi pengembangan UMKM, implikasi penelitian dan agenda penelitian selanjutnya sebagai penutup dalam bahasan ini.

