

**PENGARUH JARINGAN USAHA TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA  
TENUN DI NAGARI UNGGAN KABUPATEN SIJUNJUNGYANG  
DIMEDIASI OLEH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana  
pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



**Diajukan Oleh :**

**LENI PUTRI**

**1510551033**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS

---

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

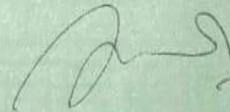
Dengan ini dinyatakan bahwa :

Nama : Leni Putri  
No. Bp : 1510551033  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)  
Konsentrasi : Kewirausahaan  
Judul Skripsi : Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan  
Usaha Tenan di Nagari Ungga Kabupaten Sijunjung  
yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan

Telah diuji dan disetujui skripsinya melalui ujian seminar hasil, yang diadakan pada tanggal 11 Oktober 2019 sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku.

Payakumbuh, 11 Oktober 2019

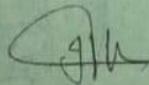
Dosen Pembimbing



Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM  
NIP. 198607142009122002

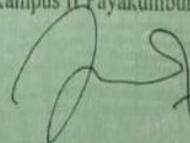
Mengetahui

Koordinator FEUA Kampus II  
Payakumbuh



Lukman, S.E., M.Si.  
NIP. 196411231993031003

Kepala Program Studi S1 Manajemen  
Kampus II Payakumbuh



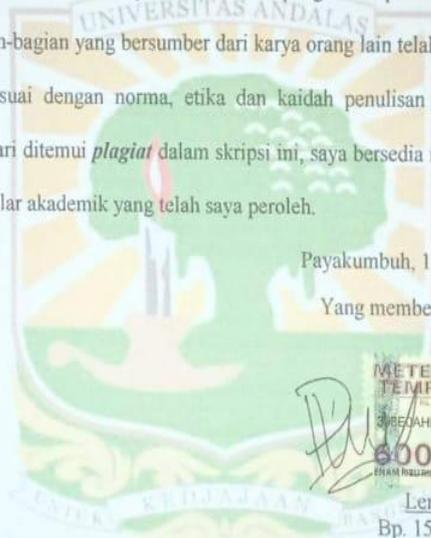
Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM  
NIP. 198607142009122002

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **"Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha Tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan"** merupakan hasil karya sendiri, dan tidak terdapat sebagian atau keseluruhan dari tulisan yang memuat kalimat, ide, gagasan, atau pendapat yang berasal dari sumber lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Adapun bagian-bagian yang bersumber dari karya orang lain telah mencantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemui *plagiat* dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Payakumbuh, 11 Oktober 2019

Yang memberi pernyataan,



METERAI  
TEMPEL  
305EJAHF069806021  
6000  
RUPIAH  
Leni Putri  
Bp. 1510551033

	No. Alumni Universitas	<b>LENI PUTRI</b>	No. Alumni Fakultas
	a). Tempat/tanggal lahir: Tanjunggadang/ 08 Oktober 1996. b). Nama Orang Tua: Ali Arifin dan Jarimi. c). Fakultas: Ekonomi. d). Jurusan: Manajemen. e). No. Bp: 1510551033. f). Tanggal Lulus: 11 Oktober 2019. g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan. h). IPK: 3,47. i). Lama Studi: 4 tahun 2 bulan. h). Alamat Orang Tua: Jl. Lintas Sumatera, Jorong Timbulun Patah, Kecamatan Tanjunggadang, Kabupaten Sijunjung, Sumatera Barat.		

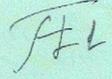
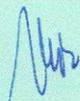
**Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan**  
 Skripsi oleh : Leni Putri  
 Pembimbing : Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2019 dengan menggunakan kuesioner dan teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 70 orang penenun yang menenun dan tergabung dalam kelompok tenun yang ada di Nagari Unggan. Analisis data dengan statistik deskriptif dan pengolahan data menggunakan PLS dengan program *SmartPLS version 3.0*. Hasil dari penelitian menemukan bahwa jaringan usaha berpengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha, jaringan usaha tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap pertumbuhan usaha, dan jaringan usaha berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha melalui mediasi dari orientasi kewirausahaan. Implikasi penelitian ini, para penenun harus memanfaatkan jaringan usaha yang mereka miliki serta pengembangan orientasi kewirausahaan untuk memajukan usaha tenun mereka.

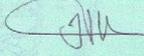
**Kata Kunci** : Jaringan Usaha, Pertumbuhan Usaha, Orientasi Kewirausahaan

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang dan dinyatakan lulus pada tanggal 11 Oktober 2019, Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM.	Faisal Ali Ahmad SP., Msi	Dr. Verinita SE., Msi

Mengetahui  
 Koordinator  
 Kampus II Payakumbuh

Lukman, SE., MSi.  
 NIP. 196411231993031003



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

Petugas Fakultas/Universitas		
Nomor Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda Tangan:
Nomor Alumni Universitas:	Nama:	Tanda Tangan:

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN LITERATUR</b> .....	10
2.1 Pertumbuhan Usaha .....	10
2.2 Jaringan Usaha .....	11
2.3 Orientasi Kewirausahaan .....	12
2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	14
2.5 Kerangka Konseptual dan Hipotesis .....	23
2.5.1 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan .....	23
2.5.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha .....	23
2.5.3 Pengaruh Jaringan usaha terhadap Pertumbuhan Usaha .....	24

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Operasional Variabel .....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.3.1 Jenis Data .....	33
3.3.2 Sumber Data .....	34
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	37
3.5.1 Pengujian Instrumen.....	37
3.5.1.1 Uji Validitas.....	37
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.5.2 Statistik Deskriptif .....	38
3.5.3 Pengujian Hipotesis.....	39
3.6 Analisa Model Struktural.....	39
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	40
4.1 Karakteristik Objek .....	40
4.2 Karakteristik Responden.....	41
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	43
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	44

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggeluti	
Profesi sebagai Penunun .....	46
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	47
4.3.1 Variabel Jaringan Usaha .....	47
4.3.2 Variabel Orientasi Kewirausahaan .....	49
4.3.3 Variabel Pertumbuhan Usaha .....	58
4.4 Pengujian Model Pengukuran .....	61
4.4.1 Uji Validitas .....	62
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	68
4.4.3 Pengujian Model Struktural dan Hipotesis .....	69
4.5 Pembahasan .....	73
4.5.1 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan .....	73
4.5.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha .....	74
4.5.3 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha .....	75
4.5.4 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....	77
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	78
5.4 Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>86</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Desain Penelitian yang Digunakan.....	28
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggeluti Pekerjaan sebagai Penunun .....	46
Tabel 4.6 Pendapat Responden Mengenai Penggunaan Mitra Industri dan Kelompok untuk Mengembangkan dan Memasarkan Produk .....	47
Tabel 4.7 Pendapat Responden terhadap Sebagian Besar Keputusan Pemasaran didasarkan pada Pertukaran Informasi dengan Jaringan Pribadi dan Jaringan Profesional.....	48
Tabel 4.8 Pendapat Responden terhadap Pemberian Wewenang (Delegasi) Kepada Karyawan Terhadap Tugas-Tugas Tertentu .....	50
Tabel 4.9 Pendapat Responden terhadap Kebebasan bagi Individu untuk Mengembangkan Ide Baru.....	51
Tabel 4.10 Pendapat Responden terhadap Fokus untuk Selalu Menjadi yang Terdepan dalam Memperkenalkan Produk atau Ide Baru .....	52
Tabel 4.11 Pendapat Responden Tentang Menggalakkan dan Menstimulasi Inovasi dalam Penggunaan Teknologi, Memasarkan Produk, dan Pengelolaannya.....	53
Tabel 4.12 Pendapat Responden Tentang Melakukan Stimulasi Kreativitas dan Uji Coba .....	54

Tabel 4.13Pendapat Responden Tentang Menghasilkan Inovasiyang Sulit Ditiru oleh Usaha Lain.....	55
Tabel 4.14Pendapat Responden Tentang Berinisiatif Melakukan Inovasiyang Akan Membuat Pesaing Mengikutinya.....	56
Tabel 4.15Pendapat Responden Tentang Selalu Menjadi yang Pertamadalam Memperkenalkan Produk atau Teknologi Baru .....	57
Tabel 4.16Pendapat Responden Tentang TerjadinyaPeningkatan Kepuasan Konsumen.....	58
Tabel 4.17Pendapat Responden Tentang Adanya PeningkatanPendapatan Penjualan.....	59
Tabel 4.18Pendapat Responden Tentang Peningkatan Keuntungan .....	60
Tabel 4.19Pendapat Responden Tentang Tercapainya Tujuan Keuangan yang Ditargetkan .....	61
Tabel 4.20Outer Loadings Model (Awal).....	63
Tabel 4.21Outer Loadings Model (Akhir) .....	65
Tabel 4.22Average Variance Extracted .....	66
Tabel 4.23Cross Loadings Model .....	66
Tabel 4.24Akar AVE .....	67
Tabel 4.25Korelasi Variabel Laten .....	68
Tabel 4.26Composite Reliability.....	68
Tabel 4.27R-Square.....	69
Tabel 4.28Uji Hipotesis .....	70
Tabel 4.29Uji Hipotesis .....	72

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Model Antar Konstruk Output SmartPLS Awal.....	62
Gambar 4.2 Model Antar Konstruk Output SmartPLS Akhir .....	64



## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

Ada saatnya semua proses yang kamu lalui, keringat, pikiran, air mata, usaha,  
do'a dan perjuanganmu akan terbayar dan akan tergantikan dengan kesuksesan

dan kebahagiaan

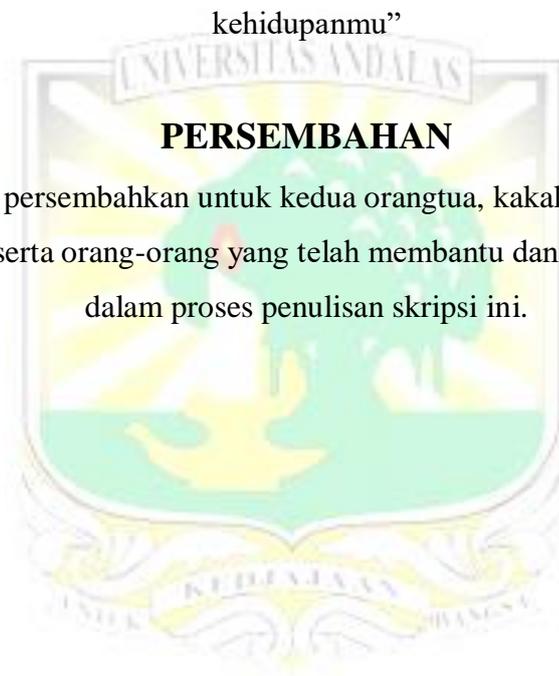
“islamidia”

“Semua yang kamu jalani adalah proses kehidupan”

“Sebaik-baiknya rencanamu Allah jauh lebih baik lagi dalam merencanakan  
kehidupanmu”

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua, kakak dan adik, keluarga  
besar, teman, serta orang-orang yang telah membantu dan mendo'a kan saya  
dalam proses penulisan skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan karuniaNya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha Tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan”.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus di penuhi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Selama proses penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa, banyak mendapatkan bantuan tenaga, materi, informasi, waktu maupun dorongan semangat yang tidak terhingga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kelulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada:

1. Allah SWT atas karuniaNya kepada penulis sehingga dapat penyelesaian skripsi ini dengan baik. Selalu memberikan petunjuk saat penulis dalam keadaan bingung dan hampir putus asa dengan segala proses yang penulis jalani.
2. Ayahanda Ali Arifin dan Ibunda Jarimi yang merupakan orang yang sangat berjasa dan berharga bagi penulis. Karna berkat kasih sayang, do'a, nasihat, dan motivasi yang terus diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan penulis dijenjang sarjana ini. Terima kasih telah menjadi orang tua terbaik, penyabar, dan rela berjuang untuk anaknya.

Semoga diberkahi kesehatan, kebahagiaan, dan diberikan umur yang panjang. Aamiin.

3. Bapak Prof Dr. H. Yuliandri, S.H., M.H. selaku rektor Universitas Andalas. Ibu Dr. Verinita, SE., MSi. Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang. Ibu Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM. Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Kampus II Payakumbuh, yang telah memfasilitasi dari tahap penulisan proposal hingga pelaksanaan ujian skripsi.
4. Bapak Lukman, SE., MSi selaku koordinator kampus II Payakumbuh, yang selalu membantu mahasiswanya sewaktu kesulitan dalam segi apapun.
5. Ibu Ranny Fitriana Faisal, BPM, MHRM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan motivasi yang mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini. Selalu membimbing penulis ketika penulis mengalami keraguan dan memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi. Terima kasih bu Ranny.
6. Bapak Faisal Ali Ahmad, SP., MSi dan ibu Dr. Verinita, SE., MSi. Selaku dosen penguji sidang seminar hasil penulis yang dilaksanakan pada 11 Oktober 2019. Yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi penulis dengan harapan menjadi lebih bagus lagi skripsinya.
7. Bapak, Ibu seluruh staf pengajar, staf fakultas Ekonomi Universitas Andalas dan staf UPT. Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas

Andalas Kampus II Payakumbuh atas didikan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis serta bantuannya selama ini.

8. SE, teman yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi dan mendo'akan yang terbaik untuk penulis. Semoga diberkahi kesehatan dan kebahagiaan. Sukses selalu. Aamiin.
9. Tektiku, yang selalu memberikan semangat, do'a, dan nasihat yang berguna bagi penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan hiburan untuk merilekskan pikiran, menjadi teman bicara yang menyenangkan. Terima kasih tekti.
10. Abak Abdul Muis dan Ibuk Marida, yang selalu memberikan semangat, do'a, dan nasihat yang berguna bagi penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, dan memberikan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi. Terima kasih abak dan ibuk.
11. Keluarga besar nenek Posa yang telah memberikan do'a dan bantuan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih. Penulis sayang kalian semua.
12. Saudara dan saudariku, abang Bobi Arimi Putra, Revi Ananda, Silvi Juni Andela, Juli Andela Putri, Intan Purnama Sari, Nur Azizah Salsabila, Jamil Ardiyansah, dan Muhammad Ghani. Terima kasih telah menjadi saudara terbaik, tanpa kalian penulis bukanlah siapa-siapa. Dengan adanya kalian penulis bisa merasakan menjadi seorang adik dan kakak. Terima kasih

untuk do'a, bantuan, dan semangatnya. Bersama kita bisa menggapai kesuksesan untuk membahagiakan orang tua kita. Semoga kita menjadi saudara yang kompak dan saling menjaga satu sama lain. Aamiin.

13. Bang Bobi, abang nomor satu dirumh yang pendiam tetapi peduli. Terima kasih atas bantuann dan do'anya bang sehingga adikmu ini bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Terima kasih dan sukses selalu.
14. Adik bungsuku, ghani yang selalu ceria, cerewet, lugu, aktif, dan selalu menyuruh untuk pulang kerumah saat penulis ada di Payakumbuh. Selalu menjadi kawan ke pasar, kawan nonton film kartun, kawan yang selalu berkeliaran di sekitar penulis ketika penulis dirumah. Semoga kelak dewasa akan enjadi orang yang baik dan berguna bagi orang lain. Terima kasih adik bungsu kesayangan keluarga.
15. Adik tomboy, Juli yang selalu cuek tapi diam-diam perhatian dan hangat sekali. Yang selalu minta diajarkan untuk membuat pr ketika penulis dirumah. Sehingga penulis bsa belajar mengingat kembali pelajaran dulu. Terima kasih. Semangat selalu untuk menggapai cita-cita mu adikku. Jangan pernah mendengarkan kata orang. Karna kesuksesan hanyalah milik orang yang mau berdo'a dan berusaha.
16. Adik manja, Silvi yang selalu netral dan mencoba mencairkan suasana yang panas dengan kelucuannya. Teruslah semangat untuk meraih cita-citamu, jangan biarkan pengorbanan yang ada menjadi sia-sia. Ingat tujuan sekolah bukan untuk main-main, tapi untuk menambah pengetahuan yang

berguna bagi diri untuk menjadi orang yang lebih baik lagi dan menjadi pengalaman hidup yang berharga dengan belajar mandiri.

17. Adik cerewet, Ayep, Intan, Azizah, dan Jamil. Terima kasih untuk do'a an nyinyiran dari kalian tentang wisuda. Alhamdulillah do'a nya terkabul. Semoga kedepannya lebih rajin lagi dan sukses untuk kalian dalam menggapai cita-cita yang kalian inginkan. Jangan dengarkan kata orang karna kata orang belum tentu benar.
18. Kak Susi , bang Jef, dan Sahidi. Terima kasih untuk bantuan, semangat, do'a, dan keceriaan yang ditebarkan. Semoga dapat mraih kesuksesan dan jangan pernah dengarkan kata orang. Aamiin.
19. Donal, teman diawal kuliah sampai waktu yang tidak ditentukan. Yang selalu memberikan motivasi, do'a, dan bantuan sehingga skripsi ini bisa selesai. Yang telah menyediakan waktunya yang sibuk untuk menjawab keraguan penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih karna telah menjadi teman yang semangat dan apa adanya ya Donal. Semoga sukses menyelesaikan kuliah S2 nya. Aamiin.
20. Dellawi, Ani, Sapit, Donal bebek, Meri suzy, Ipat, neng Amel, Anti, Nta, Aci, Uly, Sam, Uci, Cia, Liva, Yani, Devina, Ica, Tesa, Sherly, Dia, Faisal, Agus, Citra, Yudi, Mega, dan Indi merupakan teman yang baik dan ceria. Semoga sukses.
21. Ipat, adik kos yang sudah seperti adik kandung. Yang selalu menjawab dengan logika yang masuk akal. Yang selalu membagi pengetahuan. Yang selalu ceria, peduli, lucu, dan cerdas dalam memilih. Telah banyak waktu

yang kita lalui bersama sehingga membuat kita menjadi semakin akrab dan terbuka satu sama lain. Terima kasih untuk do'a, bantuan, kejutan, dan hal membahagiakan lainnya yang tak bisa diungkapkan dengan kata-kata. Semoga bisa menemukan objek penelitian yang tepat dan tidak ragu dalam menyelesaikan skripsinya. Semangat dan sukses selalu adik.

22. Neng Amel, adik kos yang sudah seperti adik kandung, yang selalu mau berbagi cerita, yang telah menginspirasi, yang selalu berusaha untuk baik, dan hal terbaik dari dirimu lainnya. Semoga kelak bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi, mencapai kebahagiaan yang dirimu idamkan, membuktikan kepada orang yang meremehkan mu bahwa kamu bisa sukses dengan kerja kerasmu. Jangan patah semangat dan jadikan setiap proses sebagai pembelajaran bagimu untuk menjadi lebih kuat. Semangat dan sukses selalu adik.

23. Sapit, teman ceria yang penuh dengan hal menarik bila bertemu. Selalu membuat keramaian ditengah suasana yang hening. Semangat terus untuk menyelesaikan skripsi dan jangan pernah menyerah. Karna kamu pasti bisa menjalani semua prosesnya. Terima kasih adik besar.

24. Rani, teman yang selalu mengingatkan akan kebaikan dan bersahabat. Semoga kelak dapat meraih kesuksesan dan menjadi kebanggaan semuanya. Aamiin.

25. Della, teman yang selalu menyemangati dari jauh dan bersahabat. Terima kasih untuk semua proses yang kita lalui dalam pertemanan. Terima kasih

untuk do'a, bantuan, dan semangat nya. Semoga sukses dan jangan lupakan penulis ya.

26. Uda uni Senior dari BP 09, 10, 11, 12, 13, 14, manajemen dan ilmu ekonomi terimakasih atas bimbingan dan arahan dari uda dan uni sekalian yang telah membantu penulis dalam perkuliahan.
27. Teman-teman seangkatan BP 15 yang sangat penulis banggakan semoga kita bisa mencapai apa yang kita sama-sama inginkan dan semoga kita selalu di beri kemudahan dalam menjalani hidup ini.
28. KKN Laing 2018, terima kasih untuk kebersamaan dan waktunya selama 40 hari. Sungguh bahagia bisa mengenal kalian semua. Semoga kita semua tetap selalu kompak dan dapat meraih kesuksesan.
29. KMLM (Keluarga Mahasiswa Lansek Manih), terima kasih telah menerima penulis dalam KMLM. Terimakasih atas do'anya. Sukses dan berjajalah KMLM Kampus II Payakumbuh.
30. Adik-adik BP 16, 17, 18 terimakasih telah menjadi adik- adik yang senantia menolong penulis dalam perkuliahan, dan semoga kalian bisa mencapai cita- cita kalian.

Dan kepada teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan untuk pertolongan dan motivasinya, penulis ucapkan terimakasih banyak

Payakumbuh, 11 Oktober 2019

Penulis

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

UMKM atau usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu pelaku ekonomi yang menjadi bagian penting dalam menggerakkan roda perekonomian di negara berkembang termasuk di Negara Indonesia sendiri. Ketika terjadi krisis moneter di Indonesia pada tahun 1998 banyak perusahaan besar yang mengalami kebangkrutan dikarenakan beberapa hal yaitu, terjadinya peningkatan harga bahan baku impor secara drastis, peningkatan biaya cicilan utang akibat dari penurunan nilai tukar mata uang rupiah terhadap mata uang dolar dan terus berfluktuasi. Akan tetapi, keadaan yang berbeda terjadi pada UMKM pada masa itu. Dimana, mereka masih bisa bertahan ditengah krisis moneter dikarenakan keuangan mereka tidak tergantung pada bank seperti halnya perusahaan besar. Sejak saat itu jumlah UMKM selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya dan merambah berbagai bidang industri termasuk industri kreatif.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam, sumber daya manusia, kebudayaan, dan memiliki destinasi wisata yang akan menarik minat pelancong untuk mengunjunginya baik itu untuk berekreasi maupun berburu cendera mata dari daerah tersebut. Karena setiap daerah tentu memiliki ciri khas masing-masing. Mata pencaharian masyarakat di Indonesia pada umumnya adalah bertani, berkebun, menjadi nelayan yang tidak bisa dijadikan acuan sebagai sumber pendapatan utama membuat masyarakat mencari alternatif pendapatan lain dengan membuat prakarya yang bisa dijadikan cendera mata dengan memanfaatkan kekayaan alam yang ada. Semakin banyak yang

melancong ke daerah tersebut maka permintaan akan cendera mata bisa mengalami peningkatan. Hal ini dapat mendorong perekonomian masyarakat sekitar dan membuat masyarakat dapat lebih produktif dengan memanfaatkan waktu luangnya untuk membuat cendera mata yang dapat dijualnya kepada pelancong yang ingin membawa oleh-oleh dari daerah itu. Para pengrajin ini termasuk kedalam pelaku ekonomi kreatif yang diharapkan terus meningkat agar bisa memenuhi permintaan pasar akan cendera mata tersebut.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang juga kaya akan budayanya. Bukan hanya terdapat objek wisata saja, kuliner yang beragam, kesenian yang menarik melainkan juga ada banyak benda seni yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Terdapat beberapa daerah terkenal dengan kerajinan, seperti Padang Panjang, Bukittinggi yang terkenal dengan sulaman, bordir, dan kerajinan perak, Silungkang terkenal dengan songket. Dimana, masing-masing benda hasil kerajinan itu menjadi identitas dari daerah tersebut. Akan tetapi, adakalanya suatu produk lokal dari suatu daerah yang kurang dikenal akibat permasalahan pemasaran yang kurang memadai serta pasar sasarannya yang tidak jelas. Maka, dalam hal ini jaringan dalam usaha ternyata sangat diperlukan. Karena suatu usaha yang memiliki banyak relasi akan lebih mudah dalam memasarkan produknya dan juga harus didukung juga oleh orientasi wirausaha yang akan mempengaruhi pertumbuhan dari usaha tersebut. Seperti halnya Nagari Unggan yang memproduksi kain tenun dan songket. Akan tetapi, sangat disayangkan masih sedikit orang dari luar daerah Sijunjung yang mengetahui tentang kain tenun dan songket produksi Unggan tersebut padahal mereka telah

menggunakannya. Kain tenun dan songket Unggan merupakan hasil perpaduan antara teknik dan motif dari dua daerah yaitu Pandai Sikek dan Silungkang. Dengan motif yang terkenalnya adalah Unggan Saribu Bukik dan Lansek manih.

Nagari Unggan merupakan salah satu bagian dari Kabupaten Sijunjung yang letaknya dekat dengan Kecamatan Sumpur Kudus. Kondisi geografis Nagari Unggan yang berbukit-bukit dan masih terdapat banyak lahan perkebunan membuat masyarakat bekerja sebagai petani karet dan sawit. Faktor cuaca yang sulit diprediksi membuat hasil panen dari karet dan sawit jadi tidak menentu. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas dari karet dan sawit sehingga harga jualnya pun akan turun dikalangan pengepul karet dan sawit. Adakalanya harga karet dan sawit naik dan bisa turun dalam seketika. Situasi seperti ini membuat masyarakat sekitar mulai mencari alternatif pendapatan. Usaha tenun mulai diminati karena terus berkembang dan diminati membuat masyarakat memanfaatkan peluang ini untuk menambah penghasilan mereka.

Pada tahun 1993, seorang warga Unggan yang bernama ibu Indrayeni mempelajari keterampilan menenun di Halaban, Kabupaten Lima Puluh Kota dan belajar tentang corak tenun di Pandai Sikek. Setelah menguasai keterampilan menenun beliau memutuskan untuk pulang ke Unggan dengan membawa seperangkat alat tenun yang disebut *palanta*. Setelah itu, Beliau mulai mengajarkan cara menenun kepada kerabatnya dan ibu-ibu yang tertarik untuk menenun dan hasilnya mereka memiliki keterampilan menenun dan mulai menenun walaupun masih dalam produksi yang sedikit. Hal ini tidak berlangsung lama karena prospek tenun yang pada waktu itu disebabkan oleh ketidakjelasan pasar sasaran dari kain

tenun dan songket serta letak Nagari Unggan yang jauh dari pusat pemerintahan mengakibatkan kurangnya perhatian dari pemerintah terhadap usaha tenun ini. Sehingga membuat warga menjadi tidak bersemangat untuk melanjutkannya.

Ibu Indrayeni tidak tinggal diam begitu saja melihat keadaan tersebut. Beliau melakukan berbagai upaya untuk membuat usaha tenun di Unggan menjadi aktif kembali. Dengan cara melakukan inovasi pemasaran dan mulai memperkenalkan kain tenun dan songket Unggan kepada pemerintah daerah Sijunjung serta mencoba menjual kain songket dan tenun ke pasar Payakumbuh dan Bukittinggi. Hal ini membuahkan hasil dimana permintaan akan kain tenun dan songket mengalami peningkatan sehingga mereka membutuhkan tambahan penenun untuk menyelesaikan pesanan. Selain itu, instansi-instansi pemerintahan yang ada di Sijunjung juga tertarik menggunakan kain tenun dan songket Unggan. Membuat pemerintah daerah akhirnya memberikan bantuan dana, bahan baku, alat tenun, dan fasilitas penunjang lainnya yang akan membuat usaha tenun tersebut menjadi berkembang pesat.

Pemerintah juga membangun gedung sentra tenun songket di Unggan yang menjadi tempat untuk menenun dan pelatihan menenun yang diadakan oleh pemerintah untuk mengembangkan keterampilan menenun para penenun yang ada di Unggan. Alhasil banyak warga yang berminat untuk menggeluti usaha dibidang tenun yang membuat mereka ingin bergabung dalam kelompok tenun yang ada dan terbentuklah sepuluh kelompok tenun. Dimana, masing-masing kelompok beranggotakan sepuluh orang dan terus mengalami peningkatan jumlah penenun. Setiap individu yang tergabung dalam kelompok ingin agar hasil

tenunnya mendapatkan pasar sasaran yang jelas. Sehingga mereka tidak kesulitan dalam melakukan penjualan atas hasil tenun mereka.

Selain itu, alasan yang membuat mereka bergabung dalam kelompok tenun adalah kemudahan dalam segi mendapatkan bahan baku berupa benang tenun dan modal, mendapatkan kejelasan tentang penjualan produk tenun mereka, menjual produk dengan harga standar yang tidak akan merugikan mereka sebagai penenun. Seiring dengan berjalannya waktu pemerintah hanya memberikan bantuan bahan mentah benang yang selanjutnya harus diolah agar bisa menjadi benang tenun yang siap digunakan. Karena masih keterbatasan keahlian dalam mengolah bahan mentah tersebut maka mereka mengolah bahan mentah tersebut di Silungkang yang dikerjakan oleh orang-orang Silungkang dengan rentang waktu yang lama sehingga kegiatan produksi jadi terhambat karna bahan baku benang tenun yang tidak pasti.

Hal ini membuat pak Abud berinisiatif mengikuti pelatihan di Silungkang untuk mengolah bahan mentah menjadi benang tenun yang disebut dengan *maani*. Setelah menguasai keterampilan *maani* pak Abud melakukan pelatihan terhadap para penenun di Unggan. Selain itu, juga diadakan pelatihan untuk menenun yang disebut *manggarok*. Agar hasil tenunnya diketahui oleh pihak luar mereka juga melakukan inovasi pemasaran melalui sosial media, mengikuti pameran seni yang ada, dan memanfaatkan galeri yang di kelola oleh ibu Indra Yeni. Dengan membangun jaringan usaha melalui kerjasama dengan pemerintah daerah, pegawai yang ingin membuat baju seragam dengan bahan dasar tenun Unggan, sekolah-sekolah yang mewajibkan para murid untuk menggunakan tenun Unggan

sebagai seragam sekolah, dan pihak-pihak yang ingin menggunakan tenun Unggan pada acara adat dan acara formal. Harga kain tenun bisa berkisar dari Rp.300.000 – Rp.1.700.000 berdasarkan tingkat kesulitan motifnya dan jenis bahan yang digunakan. Harga Rp.1.700.000 untuk bahan sutra, harga Rp.800.000 untuk bahan semi sutra, Rp.350.000 untuk bahan jenis poliester dan Rp.350.000 dan untuk bahan katun seharga Rp.400.000. Sedangkan untuk Harga jual sehelai songket sangat bervariasi. Untuk songket penuh motif dihargai mulai dari Rp.1.500.000 hingga Rp.4.500.000 dan untuk semi songket dihargai mulai dari Rp.500.000 - Rp.2.000.000.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha Tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan dari latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh jaringan usaha terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha tenun di Nagari Unggan?
2. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan?
3. Bagaimana pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan?

4. Bagaimana pengaruh jaringan usaha yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh jaringan usaha terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha tenun di Nagari Unggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaringan usaha yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian diharapkan:

1. Manfaat praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah Kabupaten Sijunjung dalam mengembangkan sektor industri kreatif yaitu kain tenun dan songket sebagai salah satu warisan budaya yang harus tetap dilestarikan agar tidak punah dan diambil oleh negara lain serta diakui sebagai milik mereka. Serta terus mengadakan pelatihan yang akan meningkatkan keterampilan serta jumlah penenun dan memberikan bantuan yang akan menunjang kemajuan usaha tenun di Nagari Unggan.

2. Manfaat teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Serta memberikan kontribusi tentang keterkaitan antara pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini akan membahas tentang pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penelitian.

2. Bab II Tinjauan Literatur

Bab ini berisi tentang tinjauan literatur yang berisikan landasan-landasan teori mengenai variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

### 3. Bab III Metode Penelitian

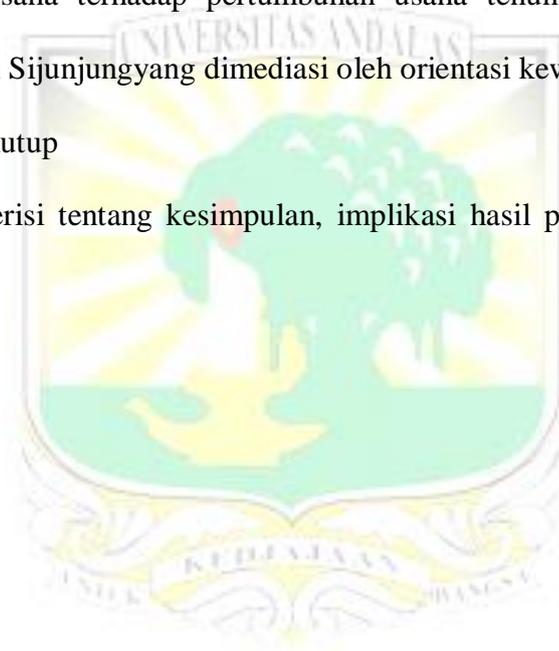
Bab ini berisi tentang metode yang digunakan, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik pengolahan dan analisis.

### 4. Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang identitas dan karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian model dan pembahasan tentang pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan.

### 5. Bab V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi hasil penelitian, dan saran.



## **BAB II**

### **TINJAUAN LITERATUR**

#### **2.1 Pertumbuhan Usaha**

Pertumbuhan usaha merupakan suatu langkah penting untuk mewujudkan keberhasilan dari bisnis yang dijalankan. Levie dan Autio (2013) berpendapat bahwa untuk meraih pertumbuhan sangat sulit dan dibutuhkan usaha, dan jika pengusaha tidak berniat untuk menumbuhkan usaha mereka, usaha mereka akan memiliki kemungkinan kecil untuk tumbuh serta niat pertumbuhan akan lebih kecil kemungkinannya untuk terwujud.

Menurut Sirec dan Mocnik (2010) komponen dari pertumbuhan meliputi pertumbuhan karyawan, pertumbuhan aset, dan pertumbuhan penjualan. Dimana, pertumbuhan penjualan dianggap sebagai suatu keputusan yang sangat penting dari pertumbuhan yang diharapkan karena para wirausahawan mengukur pertumbuhan melalui penjualan bisnis (Shepherd dan Wiklund 2009; Isaga, 2012). Jansen (2009) menjelaskan bahwa peningkatan penjualan yang memungkinkan adanya usaha untuk berinvestasi dalam berbagai faktor produksi seperti peralatan dan karyawan, yang akan menghasilkan keuntungan dalam meningkatkan laba bisnis.

Menurut Morgan et al, (2009) untuk mengukur kinerja pertumbuhan suatu usaha dapat dilakukan secara subjektif dan objektif, dengan menggunakan indikator yang berkaitan dengan usaha itu yaitu, Adanya peningkatan kepuasan konsumen sehingga terjadinya peningkatan pendapatan penjualan serta terjadinya peningkatan pada keuntungan yang dapat mencapai tujuan keuangan yang ditargetkan. Pentingnya mengukur pertumbuhan perusahaan dalam hal

pertumbuhan relatif aset bisnis karena pertumbuhan aset dapat menyediakan wirausaha dengan jaminan keamanan untuk memperoleh pembiayaan eksternal yang dapat digunakan untuk mendorong pertumbuhan bisnis mereka (Shepherd dan Wiklund, 2009; Levie dan Autio, 2013).

Berdasarkan literatur tersebut pertumbuhan usaha diukur dengan indikator menurut (Morgan et al, 2009) yaitu sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan kepuasan konsumen
2. terjadinya peningkatan pendapatan penjualan.
3. Terjadinya peningkatan pada keuntungan
4. Tercapainya tujuan keuangan yang ditargetkan.

## **2.2 Jaringan Usaha**

Jaringan usaha merupakan salah satu aset paling kuat yang bisa dimiliki oleh siapa pun dimana terdapat ketersediaan akses terhadap kuasa, informasi, pengetahuan dan modal serta jaringan lainnya (Aldrich dan Zimmer, 1986; Birley, 1985; Elfring dan Hulsink, 2003; Sengupta, 2011). Gulati et al, (2000) berpendapat bahwa jaringan strategis membuat perusahaan dapat mengakses informasi, sumber daya, pasar, dan teknologi. Selain itu, tingkah laku dan kinerja perusahaan dapat lebih dipahami sepenuhnya dengan memeriksa jaringan hubungan perusahaan tersebut. Fitur-fitur lainnya yang dikaitkan dengan relasi campuran yaitu jenis-jenis jaringan yang berbeda: jaringan sosial, jaringan operasi, jaringan informasi, jaringan sosial dan jaringan kerja, memungkinkan pertumbuhan pada tahap pembangunan yang berbeda (Lechner dan Dowling, 2003).

Hills dan Hultman (2006) menggunakan tolak ukur pemasaran usaha melalui jaringan usaha yang dapat diamati dengan menggunakan mitra industri dan adanya pertukaran informasi. Alhasil dapat mendukung perusahaan menjadi mapan dan dapat membantu suatu usaha agar dapat melampaui tahap awal perkembangan mereka.

Berdasarkan literatur tersebut jaringan usaha diukur dengan dua indikator menurut (Hills dan Hultman, 2006) :

- a. Penggunaan mitra industri dan kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk.
- b. Sebagian besar keputusan pemasaran didasarkan pada pertukaran informasi dengan jaringan pribadi dan jaringan profesional.

### **2.3 Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi kewirausahaan dapat membantu untuk mengkarakterisasi perilaku perusahaan sepanjang kontinum berkisar dari yang sangat konservatif untuk kewirausahaan dan posisi perusahaan (Basso, Fayolle dan Bouchard, 2009).

Menurut Wiklund (1999), berdasarkan data dari perusahaan-perusahaan kecil swedia, yang telah menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara orientasi dan kinerja para wirausahaan dan kinerja (pertumbuhan dan kinerja keuangan), dan hubungan ini juga mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan waktu. Berdasarkan data dari Norway, Madsen (2007) menyimpulkan bahwa tingkat orientasi kewirausahaan yang berkelanjutan dan meningkat secara positif berkaitan dengan kinerja tinggi (pertumbuhan dan kinerja pekerjaan dibandingkan dengan pesaing).

Berdasarkan literatur tersebut variabel orientasi kewirausahaan menggunakan dimensi menurut (Engelen, 2010; Lee dan Sukoco, 2007) yaitu sebagai berikut :

a. Pengambilan Resiko

Indikator-indikator yang terdapat pada dimensi pengambilan resiko:

1. Menekankan pada pemberian wewenang (delegasi) kepada karyawan terhadap tugas-tugas tertentu.
2. Memberikan kebebasan bagi individu untuk mengembangkan ide baru.
3. Mempunyai fokus untuk selalu menjadi yang terdepan dalam memperkenalkan produk atau ide baru.

b. Inovatif

Indikator-indikator yang terdapat pada dimensi inovatif :

1. Selalu menggalakkan dan menstimulasi inovasi dalam penggunaan teknologi, memasarkan produk, dan pengelolaannya.
2. Melakukan stimulasi kreatifitas dan uji coba.
3. Menghasilkan inovasi yang sulit ditiru oleh usaha lain.

c. Proaktif

Indikator-indikator yang terdapat pada dimensi proaktif:

1. Berinisiatif melakukan inovasi yang akan membuat pesaing mengikutinya.
2. Selalu menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produk atau teknologi baru.

## 2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian Farja et al, (2016) tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan pada Pertumbuhan UKM dan Ekspor di Kawasan Pinggiran Israel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengaruh orientasi kewirausahaan pada UKM yang terletak di kawasan inti dan pinggiran, dengan berfokus pada salah satu dimensi orientasi kewirausahaan: proaktif. Variabel yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan UKM dan ekspor adalah variabel orientasi kewirausahaan dengan fokus pada dimensi proaktif. Metode penelitian kuantitatif dengan sampel 626 UKM warga Israel. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan memiliki korelasi yang signifikan dan positif dengan proaktif, sedangkan proaktif memiliki korelasi negatif dengan kawasan pinggiran. Serta proaktif memiliki korelasi yang signifikan dengan ekspor.

Penelitian Tehseen et al, (2019) tentang Kompetensi Kewirausahaan dan Pertumbuhan UKM yang dimediasi oleh Kompetensi Jaringan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dua dimensi kompetensi kewirausahaan, yaitu kompetensi strategis dan kompetensi etika terhadap pertumbuhan UKM dan untuk mengeksplorasi peran kompetensi jaringan sebagai mediator variabel-variabel pengganti. Variabel yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan UKM adalah kompetensi kewirausahaan dan dimediasi oleh kompetensi jaringan. Data untuk penelitian ini dikumpulkan dari grosir dan ritel berbasis UKM di Malaysia melalui kuesioner terstruktur standar dengan jumlah sampel 80 orang. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan negatif antara kompetensi strategis dan pertumbuhan bisnis sedangkan hubungan

positif terdapat antara pertumbuhan bisnis dan kompetensi etis. Serta hubungan positif antara kompetensi strategis dan kompetensi jaringan.

Penelitian Aisyah et al, (2017) tentang Pengaruh Karakteristik dan Orientasi Wirausaha terhadap Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja UKM Kerajinan dan Seni di Makassar. Penelitian ini dirancang untuk menguji dan menganalisis karakteristik dan orientasi kewirausahaan terhadap kompetensi wirausaha dan kinerja bisnis. Variabel yang digunakan untuk mengukur kompetensi kewirausahaan, kerajinan, seni, dan kinerja UKM adalah karakteristik dan orientasi kewirausahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah 117 pemilik/manajer UKM kerajinan di Kota Makassar, dengan tingkat pengembalian 79,49%. Teknik *Convenience Sampling* digunakan dengan total sampel 93 pemilik/manajer. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik wirausaha yang rendah dalam arah yang berlawanan tetapi penting untuk meningkatkan kompetensi wirausaha. Orientasi kewirausahaan yang tinggi dalam arah yang sama dan dampak signifikan pada peningkatan kompetensi karakteristik wirausaha pengusaha yang rendah di arah yang berlawanan dan dampak signifikan pada peningkatan kinerja bisnis. Karakteristik wirausaha yang rendah dalam arah yang berlawanan tetapi penting untuk meningkatkan kompetensi wirausaha. Orientasi kewirausahaan yang tinggi dalam arah yang sama dan dampak signifikan pada peningkatan kompetensi karakteristik wirausaha pengusaha yang rendah di arah yang berlawanan dan dampak signifikan pada peningkatan kinerja bisnis.

Penelitian Eggers et al, (2013) tentang Implikasi Pelanggan dan Orientasi Kewirausahaan untuk Pertumbuhan UKM. Tujuan dari penelitian ini adalah menyelidiki secara empiris bagaimana orientasi bisnis orientasi pelanggan (diwakili oleh responsif terhadap pelanggan) dan orientasi kewirausahaan (diwakili oleh proaktif, inovasi dan pengambilan risiko) berdampak pada pertumbuhan UKM. Variabel yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan UKM adalah variabel orientasi pelanggan dan orientasi kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris kuantitatif, menggunakan pemodelan persamaan struktural dengan paket perangkat lunak AMOS untuk menganalisis hasil dari 660 UKM yang disurvei dari Austria. Hasil dari penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan berhubungan positif dengan pertumbuhan UKM. Akan tetapi, orientasi pelanggan menunjukkan hubungan negatif dengan pertumbuhan. Selain itu, analisis ini menunjukkan bahwa UKM tumbuh paling besar jika mereka menunjukkan orientasi kewirausaha yang tinggi dan orientasi pelanggan yang rendah.

Penelitian Engelen et al, (2012) tentang Orientasi Wirausaha, Kinerja Perusahaan, dan dimoderasi oleh Sikap Kepemimpinan Transformasional. Tujuan dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan positif dengan kinerja perusahaan, tetapi beberapa kemungkinan mempengaruhi kekuatan hubungan ini. Variabel yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah orientasi kewirausahaan dimoderasi oleh variabel sikap kepemimpinan transformasional. Metode yang digunakan adalah dengan survey kuesioner 760 UKM di enam negara. Hasil dari penelitian ini adalah terlepas dari

pengaturan nasional, empat perilaku transformasional mengartikulasikan sebuah visi, menyediakan model yang tepat, memiliki ekspektasi kinerja tinggi, dan menunjukkan perilaku pemimpin yang suportif secara positif memengaruhi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan.

Penelitian Cass et al, (2013) tentang Peran Sumber Daya Intelektual, Kemampuan Inovasi Produk, Sumber Daya Reputasi dan Kombinasi Kemampuan Pemasaran dalam Pertumbuhan UKM. Tujuan dari penelitian ini adalah membahas sejauh mana kombinasi sumber daya intelektual dan produk kemampuan inovasi, dan sumber daya reputasi serta kemampuan pemasaran, memengaruhi kemampuan UKM untuk memenuhi atau melampaui tujuan kinerja. Data diambil dari 171 UKM di Cambodian. Hasil dari penelitian ini adalah ketika kombinasi sumber daya intelektual dan kemampuan inovasi produk selain kombinasi sumber daya reputasi dan kapabilitas pemasaran tinggi, pertumbuhan UKM ditingkatkan. Namun, tingginya tingkat intelektual sumber daya yang dikombinasikan dengan tingkat kemampuan inovasi produk yang rendah serta kombinasi dari tingginya tingkat sumber daya reputasi dengan kemampuan pemasaran yang rendah (dan sebaliknya) tidak secara signifikan terkait dengan pertumbuhan. Hasil ini menyiratkan bahwa tingginya tingkat sumber daya tidak bisa mengimbangi kemampuan tingkat rendah (dan sebaliknya).

Penelitian Martins (2016) tentang Penggunaan Jaringan, Orientasi Kewirausahaan dan Efektivitasnya terhadap Pertumbuhan UKM. Tujuan dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa jaringan memberikan peluang UKM untuk mencapai keuntungan daya saing yang berkelanjutan dan bersaing dengan

sukses di pasar. Penelitian ini terdiri dari survey terhadap 121 UKM manufaktur di Spanyol. Hasil dari penelitian ini menyatakan pentingnya jaringan organisasi dan orientasi kewirausahaan pada pertumbuhan UKM dan menunjukkan efek positif dari penggunaan jaringan pada pengembangan orientasi kewirausahaan.

Penelitian Nyarku et al, (2017) tentang Pengaruh Kerangka Hukum dan Peraturan Tentang Pertumbuhan UKM di Accra Metropolis dari Ghana. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengaruh kerangka hukum dan peraturan terhadap pertumbuhan UKM di Ghana. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan primer terdiri dari 382 pemilik UKM. Variabel yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan UKM adalah variabel kerangka hukum dan peraturan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kerangka hukum dan peraturan yang tidak lazim akan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan UKM.

Penelitian Parkman et al, (2012) tentang Menyelaraskan Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji hubungan antara orientasi kewirausahaan, kapasitas inovasi, dan kinerja perusahaan dalam konteks industri kreatif. Penelitian ini menggunakan analisis empiris berbasis survey. Penelitian ini menunjukkan keberhasilan di industri kreatif membutuhkan keselarasan yang signifikan antara manajemen kewirausahaan dan kemampuan kreatif perusahaan. Perusahaan harus mengidentifikasi peluang unik untuk mengeksploitasi yang akan menumbuhkan dan memanfaatkan dengan sebaik-baiknya kompetensi kreatif.

Penelitian Cassilas et al, (2010) tentang Hubungan Antara Orientasi Kewirausahaan dan Pertumbuhan Usaha : Dimoderasi oleh Keterlibatan Keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha yang dimoderasi oleh variabel keterlibatan keluarga. Dalam mengumpulkan data menggunakan survey dengan kuesioner terhadap perusahaan di Spain. Yang menjadi variabel pengukur pertumbuhan usaha adalah orientasi kewirausahaan yang dimoderasi oleh variabel keterlibatan keluarga. Hasil dari penelitian ini menunjukkan keterlibatan kepemilikan keluarga akan berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan dan pertumbuhan usaha.

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode yang Digunakan	Persamaan	Perbedaan
1.	Yanay Farja, Eli Gimmon, dan Zeevik Greenber, (2016)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Pada Pertumbuhan UKM dan Ekspor di Kawasan Pinggiran Israel	Pertumbuhan memiliki korelasi yang signifikan dan positif dengan proaktif, sedangkan proaktif memiliki korelasi negatif dengan kawasan pinggiran. Proaktif memiliki korelasi yang signifikan dengan ekspor.	Metode penelitian kuantitatif dengan survey dan menyebarkan kuesioner kepada para pemilik bisnis kecil.	Sama- sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan dan variabel pertumbuhan usaha.	Menggunakan variabel ekspor dan lokasi penelitian di kawasan pinggiran Israel.
2.	Shehnaz Tehseen, Farhad	Kompetensi Kewirausahaan dan	Tedapat hubungan negatif antara	Metode penelitian survey dan	Sama-sama menggunakan variabel	Menggunakan variabel kompetensi

	Uddin Ahmed, Zuhaib Hassan Qureshi, Mohammad Jasim Uddin, Ramayah T., (2019)	Pertumbuhan UKM yang dimediasi oleh Kompetensi Jaringan	kompetensi strategis dan pertumbuhan bisnis sedangkan hubungan positif terdapat antara pertumbuhan bisnis dan kompetensi etis. Serta hubungan positif antara kompetensi strategis dan kompetensi jaringan.	pengambilan data dengan <i>Snowball Sampling</i> menggunakan kuesioner terstruktur.	pertumbuhan usaha.	kewirausahaan dan dimediasi oleh kompetensi jaringan lokasi penelitian di Malaysia.
3.	Siti Aisyah, Chalid Imran Musa, dan Anwar Ramli, (2017)	Pengaruh Karakteristik dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja UKM Kerajinan dan Seni di Makassar	Karakteristik pengusaha berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja bisnis	Teknik <i>Convenience Sampling</i> dengan menyebarkan kuesioner.	Sama- sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan .	Menggunakan variabel karakteristik wirausaha, kompetensi kewirausahaan. serta lokasi penelitiannya di Makassar.
4.	Fabian Eggers , Sascha Kraus, Mathew Hughes, Sean Larawa, dan Susan Snyerski, (2013)	Implikasi Orientasi Pelanggan dan Orientasi Kewirausahaan Untuk Pertumbuhan UKM	Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UKM sedangkan orientasi pelanggan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan UKM.	Pendekatan empiris kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner.	Sama- sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan dan pertumbuhan UKM.	Menggunakan variabel orientasi pelanggan dan lokasi penelitiannya di Austria.
5.	Danreas	Orientasi	Orientasi	Survey	Sama-sama	Menggunakan

	Engelen, Vishal Gupta, Lis Strenger dan Malte Brettel, (2012)	Wirausaha, Kinerja Perusahaan, dan Dimoderasi Oleh Perilaku Kepemimpinan Transformasional	kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.	kuesioner.	menggunakan variabel orientasi kewirausahaan.	sikap kepemimpinan transformasional sebagai variabel moderasi dan lokasi penelitian di 6 negara (Austria, Germany, Singapore, Switzerl dan, Thailand, dan Amerika ).
6.	Aron O'Cass dan Phyra Sok, (2013)	Peran Sumber Daya Intelektual, Kemampuan Inovasi Produk, Sumber Daya Reputasi dan Kombinasi Kemampuan Pemasaran Dalam Pertumbuhan UKM	Tingginya tingkat intelektual sumber daya yang dikombinasikan dengan tingkat kemampuan inovasi produk yang rendah serta kombinasi dari sumber daya reputasi dengan tingkat tinggi kemampuan pemasaran yang rendah (dan sebaliknya) tidak secara signifikan terkait dengan pertumbuhan.	Survey kuesioner	Sama-sama menggunakan variabel pertumbuhan UKM.	Menggunakan variabel peran sumber daya intelektual, kemampuan inovasi produk, sumber daya reputasi, dan kombinasi kemampuan pemasaran sebagai variabel independen. Lokasi penelitiandi Cambodian.
7.	Martins, (2016)	Penggunaan Jaringan, Orientasi Kewirausahaan dan Efektivitasnya Terhadap Pertumbuhan	Menyatakan pentingnya jaringan usahadan orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan	Survey kuesioner	sama-sama menggunakan variabel jaringan, orientasi kewirausahaan dan pertumbuhan	Lokasi penelitian di Spanyol

		UKM.	UKM dan efek positif dari penggunaan jaringan usaha terhadap pengembangan orientasi kewirausahaan.		usaha	
8.	Kwamena Minta Nyarku dan Stephen Oduro, (2017)	Pengaruh Kerangka Hukum dan Peraturan Tentang Pertumbuhan UKM di Accra Metropolis dari Ghana	Kerangka hukum dan peraturan yang tidak lazim akan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan UKM.	Metode penelitian kuantitatif melalui survey.	Sama-sama menggunakan variabel pertumbuhan UKM.	Menggunakan variabel kerangka hukum dan peraturan sebagai variabel independen dan lokasi penelitian di Ghana.
9.	Ian D. Parkman, Samuel S., dan Holloway Helder Sebastiao, (2012)	Menyelaraskan Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi	Keberhasilan di industri kreatif membutuhkan keselarasan yang signifikan antara manajemen kewirausahaan dan kemampuan kreatif perusahaan.	Menggunakan metode survey.	Sama-sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan.	Menggunakan variabel kapasitas inovasi serta lokasi penelitiannya di Amerika .
10.	José C. Casillas dan Ana M. Moreno, (2010)	Hubungan Antara Orientasi Kewirausahaan dan Pertumbuhan Usaha : dimoderasi oleh Keterlibatan	Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha.	Melalui survey kuesioner.	Sama-sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan dan pertumbuhan usaha .	Lokasi penelitiannya di Spain.

## **2.5 Kerangka Konseptual dan Hipotesis**

### **2.5.1 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan**

Banyak bidang kewirausahaan muncul, dan menyatakan jaringan berperan dalam proses kewirausahaan, dimana telah banyak dipelajari dalam beberapa dekade terakhir ini (Jack, 2010; Jack, Moulton, Danerson dan Dodd, 2010). Menurut Gulati et al, (2000) menunjukkan bahwa penelitian besar yang mulai berkembang di bidang ini mulai membuktikan pentingnya memahami hubungan antar perusahaan dan bagaimana konteks sosial memengaruhi perilaku perusahaan. Dengan kata lain, bagaimana penggunaannya jaringan pemimpin dan organisasi dapat memperkuat karakteristik, seperti, inovasi, proaktif dan kecenderungan pengambilan risiko.

Mengingat bahwa jaringan adalah struktur kognitif dalam pikiran individu dan struktur sebenarnya dari hubungan yang menghubungkan individu (Balkundi dan Kilduff, 2006), potensi sinergi antara perusahaan dan sosial mereka jaringan dapat menghasilkan kemampuan dalam pembelajaran yang memainkan peran penting dalam menciptakan dan meningkatkan keterampilan untuk berinovasi dan membuat langkah pertama dalam memperkenalkan produk dan layanan baru. Berdasarkan literatur tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Jaringan usaha berpengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan

### **2.5.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha**

Banyak para ahli yang mengusulkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif pada pertumbuhan perusahaan (Brown, Davidsson dan Wiklund, 2001; Covin dan Slevin, 1991; Moreno dan Casillas, 2008; Wiklund,

1999). Dengan pertimbangan bahwa perusahaan wirausaha bertindak sebagai perusahaan dengan inovasi dan yang menanggung risiko yang relevan dengan pertumbuhan (Covin dan Slevin, 1991), salah satu dimensi penting dari manajemen wirausaha perusahaan adalah justru orientasinya ke arah pertumbuhan (Brown et al, 2001). Demikian juga, beberapa temuan menunjukkan efek positif orientasi kewirausahaan pada tingkat pertumbuhan perusahaan, tetapi itu tergantung pada beberapa variabel terkait proses strategis seperti partisipasi strategis pengambilan keputusan, mode pembentukan strategi dan pembelajaran strategis dari kegagalan (Covin et al, 2006). Berdasarkan literatur tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha

### **2.5.3 Pengaruh Jaringan usaha terhadap Pertumbuhan Usaha**

Beberapa peneliti mengemukakan pendapat yang berbeda mengenai aspek jaringan perusahaan dan dalam beberapa kasus terkait dengan kinerja (Elfring dan Hulsink, 2003; Hite dan Hesterly, 2001; Lechner et al,2006). Namun, bukti lebih empiris tentang efek sebab akibat dari jaringan pada pertumbuhan perusahaan dipersilahkan. Yakni, bagaimana pertumbuhan UKM bisa dipengaruhi oleh jaringan perusahaan? Pada UKM yang sudah mapan, berapa nilainya penggunaan jaringan sebagai sumber daya penting? Dengan demikian, penelitian ini mengusulkan sebuah model yang memungkinkan kita untuk mengamati dua aspek: efek langsung dari penggunaan jaringan dan efek tidak langsung dari praktik ini melalui orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan perusahaan.

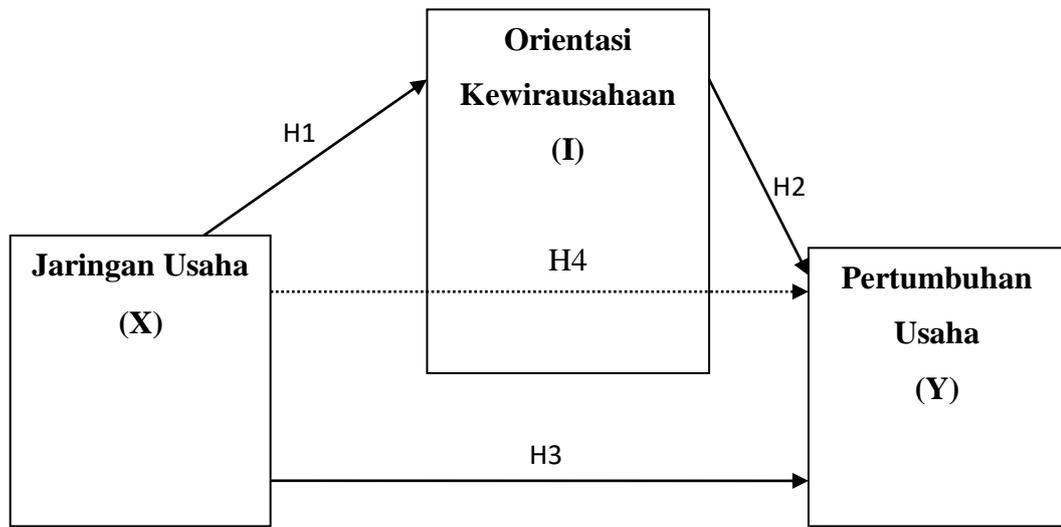
Jika jaringan dianggap penting untuk semua jenis perusahaan terutama karena kenyataan bahwa lingkungan ekonomi menjadi semakin kompetitif (Madsen, 2007). Menarik untuk dicatat penelitian sebelumnya pada jaringan antar perusahaan sering berfokus pada fase awal pengembangan perusahaan dan selama proses pertumbuhan awal (Hite dan Hesterly, 2001; Lechner et al, 2006; Ostgaard dan Birley 1996; Ripollés dan Blesa, 2005), membahas peran khas yang dimainkan oleh berbagai jenis jaringan di tahun-tahun awal setelah yayasan

Namun, para pengusaha terus menggunakan jaringan mereka untuk menyediakan diri mereka dengan informasi bisnis, saran dan penyelesaian masalah (Johannisson et al, 1994). Berdasarkan literatur tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

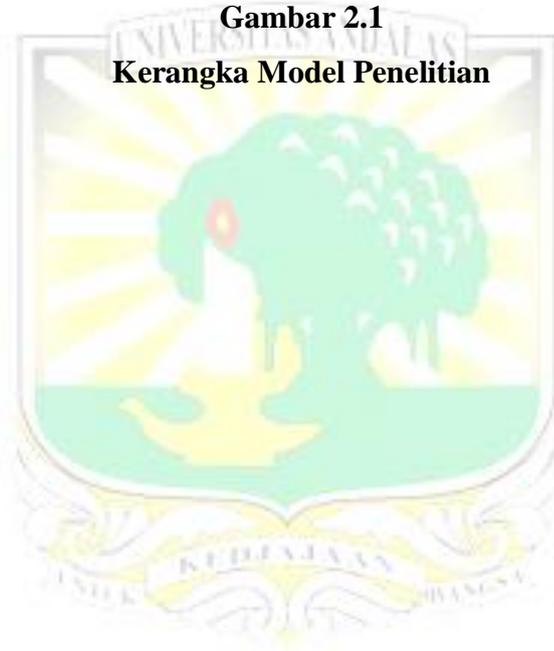
H3 : Jaringan usaha berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha

Efek langsung potensial dari jaringan aktif pertumbuhan perusahaan seperti yang diajukan dalam H3, dapat diperdebatkan lebih lanjut bahwa jaringan usaha memiliki efek tidak langsung pada pertumbuhan usaha melalui variabel orientasi kewirausahaan. Berdasarkan literatur tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Pengaruh positif jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Model Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji keterkaitan atau pengaruh jaringan usaha yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan, Kabupaten Sijunjung. Jenis penelitiannya adalah *Explanatory Research* dengan mengutamakan metode kuantitatif, dimana penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya pengaruh suatu variabel dalam kondisi tertentu serta penelitian ini dapat dihitung jumlahnya melalui metode statistik (Sekaran, 2017).

Waktu penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Shot (Cross-Sectional)*, dimana data yang dikumpulkan dalam penelitian ini hanya pada satu periode, yaitu tahun 2019. Menurut pendapat Sekaran (2017) *One-Shot (Cross-Sectional)* merupakan penelitian yang dapat dilakukan dengan pengumpulan data mungkin dapat dilakukan, selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

Unit analisis dalam penelitian adalah individu yang menenun dan tergabung dalam kelompok tenun di Nagari Unggan, Kabupaten Sijunjung.

**Tabel 3.1**  
**Desain Penelitian yang Digunakan**

<b>Tujuan Penelitian</b>	Menguji keterkaitan atau pengaruh jaringan usaha yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan, Kabupaten Sijunjung
<b>Jenis Penelitian</b>	<i>Explanatory Research</i>
<b>Tipe Penelitian</b>	Kausalitas
<b>Metode Penelitian</b>	Survey Explanatory Kuantitatif
<b>Time Horizon</b>	<i>One Shot (Cross Sectional 2019)</i>
<b>Unit Analisis</b>	Individu yang menenun dan tergabung dalam kelompok tenun di Nagari Unggan, Kabupaten Sijunjung.

### 3.2 Operasional Variabel

Definisi variabel menurut Sekaran (2017) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Pada dasarnya variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga informasi tentang hal tersebut, dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan tiga macam variabel, yaitu variabel *Eksogen* atau variabel bebas, variabel *Endogen* atau variabel terikat, dan variabel *Intervening* atau variabel antara.

a. Variabel *Eksogen* atau variabel bebas

Definisi variabel bebas menurut Sekaran (2017) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif ataupun negatif. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah Jaringan Usaha.

b. Variabel *Endogen* atau variabel terikat

Definisi variabel terikat menurut Sekaran (2017) adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah Pertumbuhan Usaha.

c. Variabel *Intervening* atau variabel antara

Definisi variabel antara menurut Sekaran (2017) adalah variabel yang mengemukan antara waktu variabel bebas mulai bekerja mempengaruhi variabel terikat, dan waktu pengaruh variabel bebas terasa pada variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel antara adalah Orientasi Kewirausahaan.

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Defenisi Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
Pertumbuhan Usaha (Y)	Pertumbuhan usaha dapat diidentifikasikan sebagai suatu usaha dalam hal meningkatkan jumlah aset, menciptakan		a. Adanya peningkatan kepuasan konsumen. b. Terjadinya peningkatan pendapatan	Morgan et al, (2009)	Ordinal ( <i>Liker t</i> )

Variabel	Defenisi Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
	lapangan pekerjaan, dan pengembangan ekonomi di setiap negara di seluruh dunia (Davidsson, Achtenhagen, dan Naldi, 2010; Bosma, van Praag dan De Wit, 2000).		penjualan. c. Terjadinya peningkatan pada keuntungan d. Tercapainya tujuan keuangan yang ditargetkan.		
Jaringan Usaha (X)	Jaringan usaha merupakan salah satu aset paling kuat yang bisa dimiliki oleh siapa pun dimana terdapat ketersediaan akses terhadap kuasa, informasi, pengetahuan dan modal		a. Penggunaan mitra industri dan kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk. b. Sebagian besar keputusan pemasaran didasarkan pada pertukaran	Hills dan Hultman (2006)	Ordinal ( <i>Likert</i> )

Variabel	Defenisi Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
	serta jaringan lainnya (Aldrich dan Zimmer, 1986; Birley, 1985; Elfring dan Hulsink, 2003; Sengupta, 2011).		informasi dengan dan jaringan profesional jaringan pribadi.		
Orientasi Kewirau sahan (I)	Orientasi kewirausahaan dapat membantu untuk mengkarakterisa si perilaku perusahaan sepanjang kontinum berkisar dari yang sangat konservatif untuk kewirausahaan dan posisi perusahaan (Basso, Fayolle dan Bouchard, 2009).	1. Pengam bilan resiko 2. Inovatif 3. Proaktif	a. Menekankan pada pemberian wewenang (delegasi) kepada karyawan terhadap tugas-tugas tertentu. b. Memberikan kebebasan bagi individu untuk mengembang kan ide baru. c. Mempunyai fokus untuk selalu menjadi	Engelen, (2010); Lee dan Sukoco, (2007)	Ordin al (Likert)

Variabel	Defenisi Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
			<p>yang terdepan dalam memperkenalkan produk atau ide baru.</p> <p>d. Selalu menggalakkan dan menstimulasi inovasi dalam penggunaan teknologi, memasarkan produk, dan pengelolaannya.</p> <p>e. Melakukan stimulasi kreatifitas dan uji coba.</p> <p>f. Menghasilkan inovasi yang sulit ditiru oleh usaha lain.</p> <p>g. Berinisiatif melakukan inovasi yang</p>		

Variabel	Defenisi Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
			akan membuat pesaing mengikutinya. h. Selalu menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produk atau teknologi baru.		

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1 Jenis Data

Berdasarkan jenisnya data dibedakan atas dua macam, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif.

- a. **Data kuantitatif** adalah data observasi yang dapat dinyatakan dalam angka-angka.
- b. **Data kualitatif** adalah data observasi yang terdapat pada sampel atau populasi tergolong pada salah satu dari kelas-kelas yang tidak dapat dinyatakan dalam angka-angka.

### 3.3.2 Sumber Data

Sekaran (2017) mengklasifikasikan sumber data menjadi dua, yaitu:

- a. **Data primer** adalah data yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi atau data yang dikumpulkan dari tempat aktual terjadinya peristiwa.
- b. **Data sekunder** adalah data yang bersumber dari informasi yang telah ada. Sumber data sekunder ini dapat berupa jurnal, buku, artikel dan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan.

Penelitian ini menggunakan data primer. Dimana, studi lapangan dilakukan bertujuan untuk memperoleh data primer yang dilakukan melalui kuesioner untuk mengumpulkan data dari responden.

Data ini diperlukan untuk menguji keterkaitan atau pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan pertanyaan tertutup yang dilengkapi dengan kategori jawaban yang telah tersedia, selanjutnya responden diminta untuk memilih salah satu jawaban dari daftar yang telah disediakan. Pengukuran dilakukan menurut skala likert, jawaban dari setiap instrumen mempunyai nilai sangat positif sampai sangat negatif, nilai yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \text{ (skala yang digunakan)} \\ &= 14 \times 5 \\ &= 70\end{aligned}$$

Maka, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 70 orang. Jumlah ini didapat dari rumus diatas yang telah diolah.

- a. Sangat Setuju : Skor 5
- b. Setuju : Skor 4
- c. Netral : Skor 3
- d. Tidak Setuju : Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju : Skor 1

Angka 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak mendukung atau sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Angka 2 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung atau tidak setuju dengan pernyataan yang ada. Angka 3 menunjukkan responden bersikap netral dengan pernyataan yang diberikan. Angka 4 menunjukkan bahwa responden mendukung atau setuju dengan pernyataan yang ada, dan angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat mendukung atau sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

### **3.3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang berisi daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2017). Teknik kuesioner ini dilakukan dengan cara menyebarkan daftar

pertanyaan yang harus diisi oleh responden dengan cara memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia. Dalam penelitian ini kuesioner tersebut ditujukan kepada individu yang menenun dan tergabung dalam kelompok tenun di Nagari Unggan, Kabupaten Sijunjung.

### **3.4 Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sekaran (2017) berpendapat bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah kelompok tenun yang berada di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut Sekaran (2017) sampel merupakan subkelompok atau sebagian dari populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, yaitu besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui (Sekaran, 2017), dengan metode yang digunakan adalah *Convenience Sampling* (pengambilan sampel yang mudah) yang berarti pengumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya (Sekaran, 2017). Sampel dalam penelitian ini adalah individu yang menenun dan bergabung dalam kelompok tenun di Nagari Unggan,

Kabupaten Sijunjung. Sampel yang saya ambil berjumlah 60 orang. Dimana sampel tersebut merupakan warga Unggan yang masih aktif menenun.

### **3.5 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis**

#### **3.5.1 Pengujian Instrumen**

##### **3.5.1.1 Uji Validitas**

Menurut Sekaran (2017) validitas digunakan untuk menguji seberapa baik suatu instrumen yang dibuat dalam mengukur konsep tertentu yang ingin diukur oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu: validitas isi (*Content Validity*), validitas berdasar kriteria (*Criterion-Related Validity*), dan validitas konsep (*Construct Validity*).

Dalam penelitian ini uji validitas yang akan dilakukan salah satunya adalah validitas konsep (*Construct Validity*) yang akan menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran cocok dengan teori yang mendasari desain tes (Sekaran, 2017). Hal ini dinilai melalui validitas konvergen dan diskriminan. Dalam melakukan uji validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *Loading Factor* besar dari 0,7 atau nilai AVE (*Average Variance Extracted*) besar dari 0,5 (Fornell dan Larcker, 1981). Sementara untuk melakukan uji validitas diskriminan diukur melalui nilai *Cross Loadings* dan Fornell–Larcker criterion. Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda dimana nilai loading faktor indikator harus tinggi terhadap variabelnya dibandingkan dengan nilai loading faktor nya terhadap variabel lain.

Maka, indikator tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat disertakan dalam penelitian.

### **3.5.1.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Sekaran (2017) tujuan dilakukannya uji reliabilitas adalah untuk menguji seberapa konsisten suatu instrumen pengukuran dalam mengukur apa pun konsep yang diukurnya. Dengan demikian, kehandalan (*Reliability*) suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi di mana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai “ketepatan” sebuah pengukuran (Sekaran, 2017). Dalam *SmartPLS* uji reliabilitas dilihat melalui nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* besar dari 0,7 (George dan Mallery, 2003).

### **3.5.2 Statistik Deskriptif**

Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Pada teknik analisis ini sub variabel dari masing-masing variabel akan dijabarkan menjadi item-item pernyataan, terdapat lima kriteria penilaian kuesioner yaitu, sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju dan sangat setuju dan kemudian akan didapatkan hasil akhir berupa skor yang akan diolah menggunakan statistik analisis deskriptif. Menurut Sekaran (2017) tujuan dari dilakukannya analisis deskriptif adalah untuk mengetahui serta mampu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi.

Analisis data responden akan dilakukan dengan memasukkan data responden dalam bentuk tabel melalui *Microsoft Excel*. Dari *Microsoft Excel* kemudian

diolah menggunakan *Software* pengolahan data yaitu *SPSS Statistics 16,0* untuk mendapatkan persentase dan frekuensi data responden.

### **3.5.3 Pengujian Hipotesis**

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel antara. Menurut Sekaran (2006) menentukan t tabel dapat dihitung menggunakan rumus  $df=n-2$ , dimana n adalah jumlah sampel dan lihat nilai t tabel dengan hasil perhitungan df tadi. Dalam penelitian ini, untuk menentukan t hitung menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikan 5%, maka jika t hitung memiliki signifikan lebih kecil dari 0,05, hal ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat . Jika t hitung > t tabel, maka hipotesis berarti signifikan dan diterima.

### **3.6 Analisa Model Struktural**

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen yaitu jaringan usaha dan orientasi kewirausahaan dengan variabel dependen pertumbuhan usaha dimana menggunakan analisa PLS dengan program *SmartPLS*, digunakan untuk menguji model penelitian dan pengujian hipotesis penelitian ini. Hasil dari analisa akan menjawab apa yang telah dirumuskan dalam penelitian ini.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Karakteristik Objek**

Nagari unggan merupakan sentra kain tenun dan songket di Kabupaten Sijunjung. Meningkatnya peminat akan kain songket dan tenun tersebut membuat para ibu-ibu serta remaja wanita bersemangat untuk belajar menenun. Sehingga, mereka bisa menghasilkan kain tenun dan songket yang bisa dijual ke pasaran dan dapat memenuhi permintaan pasar akan kain songket dan tenun tersebut. Hal ini juga akan menambah penghasilan mereka jika mereka sudah lihai dalam menenun mereka bisa menghasilkan tiga kain tenun atau songket dalam seminggu. Kain tenun dan songket Unggan merupakan hasil perpaduan antara teknik dan motif dari dua daerah yaitu Pandai Sikek dan Silungkang. Dengan motif yang terkenal adalah Unggan Saribu Bukik dan Lansek manih.

Harga kain tenun bisa berkisar dari Rp.300.000 – Rp.1.700.000 berdasarkan tingkat kesulitan motifnya dan jenis bahan yang digunakan. Harga Rp.1.700.000 untuk bahan sutra, harga Rp.800.000 untuk bahan semi sutra, Rp.350.000 untuk bahan jenis poliester dan Rp.350.000 dan untuk bahan katun seharga Rp.400.000. Sedangkan untuk Harga jual sehelai songket sangat bervariasi. Untuk songket penuh motif dihargai mulai dari Rp.1.500.000 hingga Rp.4.500.000 dan untuk semi songket dihargai mulai dari Rp.500.000 - Rp.2.000.000.

Untuk mempermudah mereka dalam memasarkan produk dan memperoleh bahan baku mereka bergabung dalam kelompok tenun yang berada di Nagari Unggan tersebut. Kelompok tenun yang berada di Nagari Unggan sudah berjumlah sepuluh kelompok dimana, masing-masing kelompok beranggotakan

sepuluh orang penenun dan terus mengalami penambahan jumlah seiring dengan prospek tenun yang menjanjikan. Agar hasil tenunnya diketahui oleh pihak luar mereka juga melakukan inovasi pemasaran melalui sosial media, mengikuti pameran seni yang ada, dan memanfaatkan galeri yang di kelola oleh ibu Indrayeni. Dengan membangun jaringan usaha melalui kerjasama dengan pemerintah daerah, pegawai yang ingin membuat baju seragam dengan bahan dasar tenun Unggan, sekolah-sekolah yang mewajibkan para murid untuk menggunakan tenun Unggan sebagai seragam sekolah, dan pihak-pihak yang ingin menggunakan tenun Unggan pada acara adat dan acara formal.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah individu-individu yang menenun dan mereka tergabung dalam kelompok tenun yang berada di Nagari Unggan. Dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 60 orang, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *Convenience Sampling*, yang berarti teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel.

Penenun yang berpartisipasi dalam penelitian ini selanjutnya dapat di rincikan dalam lima kategori yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan perbulan, dan lama menggeluti profesi sebagai penenun di Nagari Unggan. Kelima aspek tersebut mempunyai pengaruh dalam melihat keterkaitan antara jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan. Berdasarkan

hasil kuesioner yang telah di sebar, deskripsi karakteristik demografi responden adalah sebagai berikut:

#### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan 60 responden yang telah dijadikan sebagai sampel, berikut adalah klasifikasi responden yang menenun di Nagari Unggan berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	0	0
Perempuan	60	100,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden laki-laki (0%) sedangkan responden perempuan (100,0%) atau bisa dikatakan mayoritas penenun adalah dari responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini mungkin dikarenakan yang memiliki waktu luang untuk menenun adalah wanita dibandingkan laki-laki. Pada saat melakukan penelitian hanya wanita yang dijumpai sedang menenun tidak ada penenun yang berjenis kelamin laki-laki.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan 60 responden yang telah dijadikan sebagai sampel, berikut adalah klasifikasi responden yang menenun di Nagari Unggan yang dikelompokkan berdasarkan beberapa tingkatan usia yang dapat dilihat pada tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
16-20	3	5,0
21-25	12	20,0
26-30	12	20,0
31-35	10	16,7
36-40	17	28,3
>40	6	10,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak menenun adalah responden yang berusia 36-40 tahun yaitu sebanyak 28,3%. Hal ini karena mereka memiliki waktu luang untuk menenun dan aktif dalam menenun. Selain itu, usia 36-40 merupakan usia produktif untuk menghasilkan tenun dengan dibekali oleh berpengalaman dalam menenun sehingga sudah mahir dibandingkan dengan para penenun yang baru belajar untuk menenun.

#### **4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan 60 responden yang telah dijadikan sebagai sampel, berikut adalah klasifikasi responden yang menenun di Nagari Unggan berdasarkan pendidikan terakhir yang dapat dilihat pada tabel 4.3.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
SD	16	26,7
SMP	17	28,3
SMA	26	43,3
S1	1	1,7
Lainnya	0	0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa penenun adalah responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 43,3%, responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMP yaitu, 28,3%, responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SD yaitu, 26,7%, responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir Strata 1 (S1) yaitu, 1,7%, dan responden yang memiliki tingkat pendidikan lainnya yaitu, 0%. Hal ini berarti penenun adalah responden lulusan SMA (ibu-ibu dan remaja) yang baru tamat dan mereka yang memilih untuk menenun serta mereka yang memiliki banyak waktu luang untuk menenun.

#### **4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan**

Berdasarkan 60 responden yang telah dijadikan sebagai sampel, berikut adalah klasifikasi responden yang menenun di Nagari Unggan berdasarkan pendapatan perbulan yang dapat dilihat pada tabel 4.4.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

<b>Pendapatan Perbulan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
<Rp 500.000	1	1,7
Rp 500.001 – ≤Rp 1.000.000	12	20,0
Rp 1.000.001 – ≤Rp 2.000.000	19	31,7
Rp 2.000.001 – ≤Rp 5.000.000	28	46,7
>Rp 5.000.000	0	0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Berdasarkan tabel 4.4 responden terbanyak adalah yang memiliki pendapatan perbulan, Rp 2.000.001 – ≤Rp 5.000.000 yaitu, 46,7% selanjutnya diikuti oleh responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 1.000.001 - ≤Rp 2.000.000 yaitu, 31,7%, responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 500.001 – ≤Rp 1.000.000 yaitu, 20,0%, dan responden yang memiliki pendapatan perbulan <Rp 500.000 yaitu, 1,7%.

Hal ini dikarenakan mayoritas responden didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga yang menenun untuk menambah penghasilannya sehari-hari. Selain itu pendapatan tersebut diperoleh tergantung pada kemahiran penenun dalam menyelesaikan pesanan. Apabila telah mahir dalam menenun maka akan semakin banyak penghasilannya dan sebaliknya, apabila masih pemula maka pendapatannya masih sedikit dikarenakan belum mahir dalam menyelesaikan pesanan yang ada terhadap kain tenun dan songket.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggeluti Profesi sebagai Penenun

Berdasarkan 60 responden yang telah dijadikan sebagai sampel, berikut adalah klasifikasi responden yang menenun di Nagari Unggan berdasarkan lama responden menggeluti pekerjaan sebagai penenun yang dapat dilihat pada tabel 4.5.

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggeluti Pekerjaan sebagai Penenun**

Lama Menggeluti Pekerjaan sebagai Penenun	Frekuensi	Persentase (%)
<1 tahun	0	0
1-3 tahun	30	50,0
4-5 tahun	11	18,3
>5 tahun	19	31,7
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Berdasarkan tabel 4.5 dapat terlihat bahwa responden yang banyak menenun dan masih aktif dalam menenun adalah individu yang baru menggeluti pekerjaan sebagai penenun dari rentang 1-3 tahun yaitu 50,0%, selanjutnya diikuti oleh responden yang rentang waktu waktu bertenunnya >5 tahun yaitu 31,7% dan rentang waktu 4-5 tahun sebesar 18,3% sedangkan untuk rentang waktu <1 tahun adalah 0%. Hal ini bisa terjadi karena banyaknya ibu-ibu dan remaja yang tertarik untuk menenun dengan melihat perkembangan prospek tenun yang semakin mengalami peningkatan. Serta akan terus terjadi regenerasi dari usaha tenun mengingat ada penenun yang sudah menggeluti usaha tenun ini > 5 tahun.

### 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data-data deskriptif yang diperoleh dari responden. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan, sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan, deskripsi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

#### 4.3.1 Variabel Jaringan Usaha

1. Penggunaan mitra industri dan kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk

**Tabel 4.6**  
**Pendapat Responden Mengenai Penggunaan Mitra Industri dan Kelompok untuk Mengembangkan dan Memasarkan Produk**

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	2	3,3
Netral	6	10,0
Setuju	41	68,3
Sangat Setuju	11	18,3
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>4,02</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.6 diatas dipaparkan tentang pendapat responden mengenai penggunaan mitra industri dan kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk. Mayoritas responden berpendapat setuju yaitu (68,3%) terhadap pernyataan penggunaan mitra industri dan kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk. Dapat ditarik kesimpulan bahwa para penenun setuju untuk menggunakan mitra industri dan kelompoknya untuk mengembangkan dan

memasarkan produk tenun mereka. Hal ini dikarenakan melalui mitra industri mereka memiliki kepastian dalam hal pendistribusian produk berupa kain tenun dan songket mereka. Sehingga mereka dapat mengetahui pasar sasaran yang jelas yang akan menjadi target pasar mereka. Selain itu, mereka dapat mengetahui pula motif apa yang bisa mereka kembangkan sehingga tidak cenderung monoton. Selain itu juga bisa ditingkatkan lagi melalui akun sosial media yang mereka miliki dimanfaatkan secara optimal dengan cara aktif melakukan promosi dan aktif mengikuti pameran seni yang ada.

2. Sebagian besar keputusan pemasaran didasarkan pada pertukaran informasi dengan jaringan pribadi dan jaringan profesional

**Tabel 4.7**  
**Pendapat Responden terhadap Sebagian Besar Keputusan Pemasaran**  
**didasarkan pada Pertukaran Informasi**  
**dengan Jaringan Pribadi dan Jaringan Profesional**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Netral	0	0
Setuju	38	63,3
Sangat Setuju	22	36,7
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>	<b>4,37</b>	

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.7 diatas dipaparkan tentang pendapat responden terhadap sebagian besar keputusan pemasaran didasarkan pada pertukaran informasi dengan jaringan pribadi dan jaringan profesional. Mayoritas responden berpendapat setuju yaitu, 63,3% terhadap sebagian besar keputusan pemasaran

didasarkan pada pertukaran informasi dengan jaringan pribadi dan jaringan profesional selebihnya responden menjawab sangat setuju yaitu, 36,7%. Hal ini dikarenakan banyaknya individu yang menenun memanfaatkan informasi tentang pasar sasaran dari jaringan pribadi dan jaringan profesional yang mereka miliki. Jaringan pribadi merupakan mitra usaha yang masih berkaitan dengan mereka seperti rekan sesama penenun, konsumen, dan cakupan yang masih berada diruang lingkup usaha mereka. Dengan adanya informasi dari jaringan pribadi mereka mendapatkan kemudahan dalam hal informasi mengenai motif yang tenun yang banyak diminati oleh pasar. Sehingga mereka tidak perlu cemas akan ketidakpastian akan penjualan produk mereka. Sedangkan jaringan profesional merupakan mitra usaha yang berkaitan dengan usaha tenun tersebut, seperti para pengepul dan pemerintah yang dapat membantu mreka dalam hal memasarkan produk karna jaringan profesional ini memiliki relasi yang banyak yang menyebabkan mereka mengetahui tentang tenun Unggan yang dan berminat untuk membelinya.

#### **4.3.2 Variabel Orientasi Kewirausahaan**

1. Menekankan pada pemberian wewenang (delegasi) kepada karyawan terhadap tugas-tugas tertentu

**Tabel 4.8**  
**Pendapat Responden terhadap Pemberian Wewenang**  
**(Delegasi) Kepada Karyawan Terhadap Tugas-Tugas Tertentu**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	8	13,3
Netral	15	25,0
Setuju	23	38,3
Sangat Setuju	14	23,3
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>3,72</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.8 di atas dapat dipaparkan tentang pendapat responden terhadap pemberian wewenang (delegasi) kepada karyawan terhadap tugas-tugas tertentu. Terlihat bahwa responden yang berpendapat setuju yaitu, 38,3%, responden menjawab sangat setuju yaitu, 23,3%, responden yang menjawab netral 25,0%, responden yang menjawab tidak setuju yaitu, 13,3%, dan responden yang berpendapat sangat tidak setuju yaitu, 0% terhadap pemberian wewenang (delegasi) kepada karyawan terhadap tugas-tugas tertentu. Hal ini dikarenakan responden yang setuju mereka diberikan wewenang untuk mengambil keputusan yang berkaitan dengan produk mereka ataupun pesanan yang mereka buat. Sedangkan yang netral mereka hanya melakukan wewenang tersebut pada kondisi tertentu atau bisa dikatakan tidak pasti. Untuk responden yang tidak setuju, mereka tidak mendapatkan hak untuk mengambil keputusan tertentu karena mereka hanya melakukannya berdasarkan pesanan yang mereka terima.

2. Memberikan kebebasan bagi individu untuk mengembangkan ide baru

**Tabel 4.9**  
**Pendapat Responden terhadap Kebebasan bagi Individu**  
**untuk Mengembangkan Ide Baru**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	8	13,3
Netral	21	35,0
Setuju	10	16,7
Sangat Setuju	21	35,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>3,73</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.9 diatas dapat dipaparkan tentang pendapat responden terhadap pemberian kebebasan bagi individu untuk mengembangkan ide baru. Responden yang berpendapat sangat setuju dan netral memiliki jumlah yang sama yaitu, 35,0%, responden yang berpendapat setuju yaitu, 16,7%, responden yang berpendapat tidak setuju yaitu, 13,3%, dan responden yang berpendapat sangat tidak setuju yaitu, 0% terhadap pernyataan pemberian kebebasan bagi individu untuk mengembangkan ide baru.

Hal ini dikarenakan sebagian besar individu dalam menenun mendapatkan kebebasan untuk membuat motif yang mereka bisa dan dapat memenuhi standar produk di pasar. Sedangkan ada yang hanya membuat produk tenun dengan motif yang sama dengan yang lain karena lebih banyak dalam berproduksi berdasarkan pesanan dibandingkan produksi tanpa pesanan. Selain itu ada kalanya ketika satu kelompok menerima pesanan mereka membuat dengan motif dan warna yang

sama sesuai dengan pesanan sehingga mereka tidak memiliki kebebasan untuk mengembangkan ide yang mereka miliki.

3. Mempunyai fokus untuk selalu menjadi yang terdepan dalam memperkenalkan produk atau ide baru

**Tabel 4.10**  
**Pendapat Responden terhadap Fokus untuk Selalu Menjadi yang Terdepan dalam Memperkenalkan Produk atau Ide Baru**

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	1,7
Netral	19	31,7
Setuju	12	20,0
Sangat Setuju	28	46,7
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>	<b>4,12</b>	

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.10 diatas dapat dipaparkan tentang pendapat responden terhadap fokus untuk selalu menjadi yang terdepan dalam memperkenalkan produk atau ide baru. Responden yang berpendapat sangat setuju yaitu, 46,7%, selanjutnya responden yang berpendapat netral yaitu, 31,7%, responden yang berpendapat setuju yaitu, 20,0%, responden yang berpendapat tidak setuju yaitu, 1,7%, dan responden yang berpendapat sangat tidak setuju yaitu, 0% tentang pernyataan fokus untuk selalu menjadi yang terdepan dalam memperkenalkan produk atau ide baru.

Hal ini dimungkinkan karena beberapa penenun berorientasi untuk menghasilkan motif terbaru yang dirasanya bisa dan yang lainnya hanya mengikut saja pada keputusan penenun terbanyak dalam hal penentuan motif tenun yang

akan dibuat. Selanjutnya untuk penenun yang tidak setuju dikarenakan ia masih baru dalam menenun sehingga ia masih takut untuk membuat motif baru dikarenakan kemampuan yang masih minim.

4. Selalu menggalakkan dan menstimulasi inovasi dalam penggunaan teknologi, memasarkan produk, dan pengelolaannya

**Tabel 4.11**  
**Pendapat Responden Tentang Menggalakkan dan Menstimulasi Inovasi dalam Penggunaan Teknologi, Memasarkan Produk, dan Pengelolaannya**

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Netral	2	3,3
Setuju	4	6,7
Sangat Setuju	54	90,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>4,87</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4. 11 dapat dipaparkan tentang pendapat responden terhadap penggalakkan dan penstimulasian inovasi dalam penggunaan teknologi, memasarkan produk, dan pengelolaannya. Mayoritas responden berpendapat sangat setuju yaitu, 90,0% terhadap pernyataan penggalakkan dan penstimulaian inovasi dalam hal penggunaan teknologi, memasarkan produk, dan pengelolaannya. Hal ini dimungkinkan selalu adanya kegiatan yang diadakan di gedung sentra tenun tentang inovasi dalam hal penggunaan teknologi tenun untuk mengelola bahan baku benang tenun, penggunaan sosial media untuk memasarkan produk tenun yang dapat terlihat dari adanya *Channel Youtubetentang tenun Unggan*.

5. Melakukan stimulasi kreatifitas dan uji coba

**Tabel 4.12**  
**Pendapat Responden Tentang Melakukan Stimulasi**  
**Kreatifitas dan Uji Coba**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Netral	0	0
Setuju	5	8,3
Sangat Setuju	55	91,7
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>4,92</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.12 diatas dapat dipaparkan mengenai pendapat responden tentang melakukan stimulasi kreatifitas dan uji coba. Mayoritas responden yang berpendapat sangat setuju yaitu, 91,7% tentang pernyataan adanya stimulasi kreatifitas dan uji coba pada para penenun di Unggan. Hal ini dapat dilihat dari adanya kegiatan pelatihan yang diadakan di gedung sentra Unggan dalam beberapa periode dalam rangka meningkatkan kemampuan penenun. Yang terus berupaya untuk membuat tenun dengan motif kekinian yang akan membuat orang utuk tertarik menngunakannya.

6. Menghasilkan inovasi yang sulit ditiru oleh usaha lain

**Tabel 4.13**  
**Pendapat Responden Tentang Menghasilkan Inovasi**  
**yang Sulit Ditiru oleh Usaha Lain**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	7	11,7
Netral	23	38,3
Setuju	11	18,3
Sangat Setuju	19	31,7
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>3,70</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.13 dapat dipaparkan mengenai pendapat responden tentang menghasilkan inovasi yang sulit ditiru oleh usaha lain. Responden yang berpendapat netral yaitu, 36,7% lebih mendominasi dalam hal ini, selanjutnya hal ini diakibatkan oleh adanya pemerataan dalam hal pembuatan pesanan yang di samaratakan dalam tiap kelompok tenun sehingga motif tenun yang dihasilkan pun sama dengan yang lainnya sehingga kemungkinan ditiru sangat besar. Sehingga sulit untuk melakukan inovasi dalam hal pemberagaman motif tenun. Akan tetapi, dalam hal lain masing-masing penenun melakukan inovasi tersendiri dalam hal proses menenun seperti penggunaan mesin tenun otomatis yang akan membuat pekerjaan lebih cepat.

7. Berinisiatif melakukan inovasi yang akan membuat pesaing mengikutinya

**Tabel 4.14**  
**Pendapat Responden Tentang Berinisiatif Melakukan Inovasi yang Akan Membuat Pesaing Mengikutinya**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Netral	27	45,0
Setuju	13	21,7
Sangat Setuju	20	33,3
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>	<b>3,88</b>	

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.14 diatas dapat dipaparkan tentang pendapat responden tentang adanya inisiatif untuk melakukan inovasi yang akan membuat pesaing mengikutinya. Mayoritas responden menjawab netral yaitu, 45,0%, selanjutnya diikuti oleh responden yang berpendapat sangat setuju yaitu, 33,3%, dan responden yang berpendapat setuju yaitu, 21,7% tentang pernyataan adanya inisiatif melakukan inovasi yang akan membuat pesaing mengikutinya. Hal ini dikarenakan mereka mengerjakan pesanan yang datang secara bersama-sama dan motifnya juga telah ditentukan oleh pihak yang memesan sehingga sulit mereka akan melakukan inovasi. Penun yang menjawab sangat setuju dan setuju mereka selalu berinisiatif dalam hal penciptaan motif baru dan membuat penun yang lain juga mengikutinya.

8. Selalu menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produk atau teknologi baru

**Tabel 4.15**  
**Pendapat Responden Tentang Selalu Menjadi yang Pertama dalam Memperkenalkan Produk atau Teknologi Baru**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	2	3,3
Netral	25	41,7
Setuju	12	20,0
Sangat Setuju	21	35,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>3,87</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.15 diatas dapat dipaparkan mengenai pendapat responden tentang selalu menjadi yang pertama dalam hal memperkenalkan produk atau teknologi baru. Responden yang berpendapat netral yaitu, 41,7 %, responden yang berpendapat sangat setuju yaitu, 35,0%, responden yang berpendapat setuju yaitu, 20,0%, dan responden yang berpendapat tidak setuju yaitu, 3,3% tentang pernyataan selalu menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produk atau teknologi baru. Hal ini dikarenakan beberapa penun menjadi penggerak untuk memajukan usaha tenun mereka secara bersama-sama. Bagi mereka yang memiliki modal lebih bisa menjadi pengepul bagi produk tenun yang dihasilkan oleh penun lain.

### 4.3.3 Variabel Pertumbuhan Usaha

1. Terjadinya peningkatan kepuasan konsumen

**Tabel 4.16**  
**Pendapat Responden Tentang Terjadinya**  
**Peningkatan Kepuasan Konsumen**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Netral	0	0
Setuju	11	18,3
Sangat Setuju	49	81,7
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>4,82</b>

*sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.16 diatas dapat dipaparkan mengenai pendapat responden tentang terjadinya peningkatan kepuasan konsumen. Mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu, 81,7% mengenai pernyataan peningkatan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari terus terjadinya peningkatan konsumen yang terus menggunakan produk tenun Unggan. Pihak-pihak yang menggunakan kain tenun adalah para pegawai yang menggunakan kain tenun sebagai bahan untuk pembuatan seragam kerjanya dan sekolah di Sijunjung yang mewajibkan siswa menggunakan seragam yang dibuat dari tenun Unggan. Dimana, mereka masih berada disekitar area Muaro Sijunjung. Serta adanya konsumen dari luar yang ingin menggunakan kain tenun dan songket juga mengalami peningkatan.

2. Mengalami peningkatan pendapatan penjualan

**Tabel 4.17**  
**Pendapat Responden Tentang Adanya Peningkatan**  
**Pendapatan Penjualan**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Netral	5	8,3
Setuju	13	21,7
Sangat Setuju	42	70,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>4,62</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.17 diatas dapat dipaparkan mengenai pendapat responden tentang adanya peningkatan penjualan. Mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu, 70,0% tentang pernyataan adanya peningkatan penjualan. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan permintaan akan kain tenun sehingga peningkatan pendapatan penjualan juga terjadi.

### 3. Mengalami peningkatan keuntungan

**Tabel 4.18**  
**Pendapat Responden Tentang Peningkatan Keuntungan**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Netral	5	8,3
Setuju	11	18,3
Sangat Setuju	44	73,3
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>4,65</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.18 dapat dipaparkan mengenai pendapat responden tentang terjadinya peningkatan keuntungan. Mayoritas responden berpendapat sangat setuju yaitu, 73,3% tentang pernyataan adanya peningkatan keuntungan yang didapatkan oleh penenun. Hal ini dimungkinkan terjadi karena adanya peningkatan penjualan yang dikurangi dengan modal sehingga didapatlah keuntungan bersih. Selain itu, keuntungan bersih juga dapat diperoleh karena dengan bahan baku yang ada produksinya juga bertambah.

#### 4. Tercapainya tujuan keuangan yang ditargetkan

**Tabel 4.19**  
**Pendapat Responden Tentang Tercapainya**  
**Tujuan Keuangan yang Ditargetkan**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	1,7
Netral	1	1,7
Setuju	9	15,0
Sangat Setuju	49	81,7
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Mean</b>		<b>4,77</b>

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2019*

Dari tabel 4.19 diatas dapat dipaparkan tentang pendapat responden mengenai tercapainya tujuan keuangan yang ditargetkan. Mayoritas responden berpendapat sangat setuju yaitu, 81,7% tentang pernyataan tercapainya tujuan keuangan yang ditargetkan. Hal ini karena setiap penenun memiliki target yang berbeda-beda tergantung kepada keahlian yang dimiliki oleh penenun. Jika penenun tersebut sudah mahir maka ia akan lebih produktif sedangkan ada yang mahir dalam menenun tetapi tidak aktif dalam menenun maka ia akan berproduksi lebih sedikit.

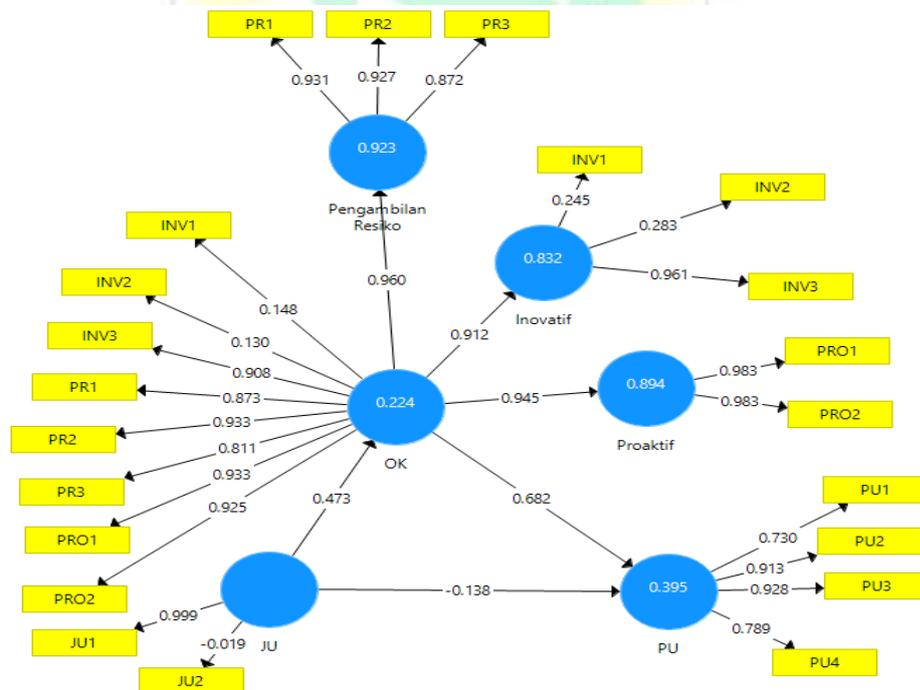
#### **4.4 Pengujian Model Pengukuran**

Berdasarkan data penelitian yang berjumlah 60 sampel, analisis data dilakukan dengan metode *SmartPLS*. Dimana analisis data tersebut menggunakan konsep *First Order Reflektif*, untuk uji instrumen / model pengukuran dan uji model struktural konstruk / uji hipotesis. Pada awal penelitian data diinput ke dalam *Microsoft Excel*, kemudian disimpan dalam format file CSV (*Comma*

*Delimited*). Data-data yang dipindahkan dalam format file CSV ini tidak boleh ada yang kosong, setelah itu baru di uji dengan menggunakan program *SmartPLS* version 3.0.

#### 4.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan dua cara pengukuran yaitu *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*. Suatu indikator dapat dinyatakan valid apabila *Convergent Validity* memiliki nilai *Outer Loading* besar dari 0,7 atau boleh besar dari 0,5 dengan syarat nilai AVE (*Average Variance Extracted*) besar dari 0,5 (Hair *et al*, 2015). Sedangkan untuk *Discriminant Validity* dilihat dari nilai *Cross Loadings* dan *Fornell–Larcker criterion*.



**Gambar 4.1**  
**Model Antar Konstruk Output SmartPLS Awal**  
*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Dari model konstruk awal pada gambar 4.1 semua indikator dinyatakan belum memenuhi *convergent validity* karena masih ada beberapa indikator yang memiliki faktor loading di bawah 0,7. Validitas convergen dilihat dari nilai outer loading besar dari 0,7 dengan syarat AVE besar dari 0,5. Untuk lebih jelasnya, tabel 4.20 berikut akan memperlihatkan nilai *Outer Loadings* awal penelitian.

**Tabel 4.20**  
**Outer Loadings Model (Awal)**

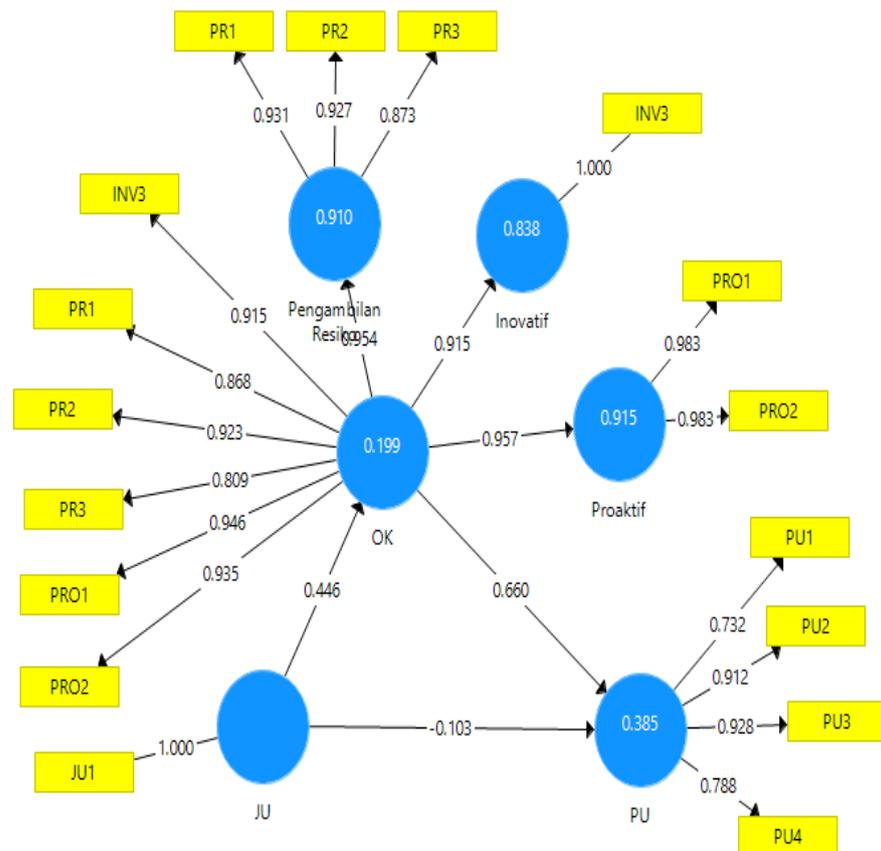
	<b>Inovatif</b>	<b>JU</b>	<b>OK</b>	<b>PU</b>	<b>Pengambilan Resiko</b>	<b>Proaktif</b>
<b>INV1</b>			0,148			
<b>INV1</b>	0,245					
<b>INV2</b>			0,130			
<b>INV2</b>	0,283					
<b>INV3</b>			0,908			
<b>INV3</b>	0,961					
<b>JU1</b>		0,999				
<b>JU2</b>		-0,019				
<b>PR1</b>			0,873			
<b>PR1</b>					0,931	
<b>PR2</b>			0,933			
<b>PR2</b>					0,927	
<b>PR3</b>			0,811			
<b>PR3</b>					0,872	
<b>PRO1</b>			0,933			
<b>PRO1</b>						0,983
<b>PRO2</b>			0,925			
<b>PRO2</b>						0,983
<b>PU1</b>				0,730		
<b>PU2</b>				0,913		
<b>PU3</b>				0,928		
<b>PU4</b>				0,789		

Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)

Dari Tabel 4.20 menunjukkan bahwa ada beberapa indikator pada variabel jaringan usaha dan orientasi kewirausahaan yang memiliki *Convergent Validity* yang rendah dengan nilai *Outer Loadings* dibawah 0,7. Pada variabel

jaringan usaha terdapat satu indikator yang memiliki nilai *Outer Loadings* dibawah 0,7 yaitu, JU2 hal ini berarti indikator tersebut tidak dapat merefleksikan variabel jaringan usaha. Selanjutnya, untuk variabel orientasi kewirausahaan ada indikator yang memiliki nilai *Outer Loadings* dibawah 0,7, yaitu INV1 dan INV2 yang berarti indikator tersebut tidak dapat merefleksikan variabel orientasi kewirausahaan. Masing-masing indikator dari variabel yang memiliki nilai *Outer Loadings* dibawah 0,7 tersebut dikeluarkan dari penelitian dan direvisi ulang.

Berikut revisi model konstruk penelitian:



**Gambar 4.2**  
**Model Antar Konstruk Output SmartPLS Akhir**  
*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Dari gambar 4.2 output *SmartPLS* akhir tersebut, dapat dilihat bahwa semua indikator telah memiliki nilai *Outer Loadings* diatas 0,7, yang berarti semua indikator tersebut telah dapat merefleksikan variabel latennya. Untuk hasil olah data yang lebih lengkapnya dapat dilihat pada lampiran penelitian ini.

Selanjutnya tabel 4.21 dibawah ini akan menunjukkan nilai *Outer Loadings* akhir penelitian yang telah direvisi sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Outer Loadings Model (Akhir)**

	Inovatif	JU	OK	PU	Pengambilan Resiko	Proaktif
INV3			0,915			
INV3	1,000					
JU1		1,000				
PR1			0,868			
PR1					0,931	
PR2			0,923			
PR2					0,927	
PR3			0,809			
PR3					0,873	
PRO1			0,946			
PRO1						0,983
PRO2			0,935			
PRO2						0,983
PU1				0,732		
PU2				0,912		
PU3				0,928		
PU4				0,788		

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Metode lain yang dapat digunakan untuk menilai *Convergent Validity* adalah dengan melihat nilai AVE dari variabel penelitian. Nilai AVE minimal 0,5 menunjukkan validitas konvergen yang cukup, yang berarti bahwa variabel laten mampu menjelaskan lebih dari separuh varians rata-rata indikatornya.

**Tabel 4.22**  
**Average Variance Extracted**

	<b>Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)</b>
Jaringan Usaha	1,000
Orientasi Kewirausahaan	0,811
Pertumbuhan Usaha	0,713
Inovatif	1,000
Pengambilan Resiko	0,829
Proaktif	0,966

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa nilai AVE pada setiap variabel penelitian telah memiliki nilai AVE yang besar dari 0,5, yang artinya variabel tersebut sudah mampu menjelaskan lebih dari separuh varians rata-rata indikatornya. Maka selanjutnya di lihat dari tabel 4.23 berikut:

**Tabel 4.23**  
**Cross Loadings Model**

	<b>Inovatif</b>	<b>JU</b>	<b>OK</b>	<b>PU</b>	<b>Pengambilan Resiko</b>	<b>Proaktif</b>
<b>INV3</b>	<b>1,000</b>	0,356	<b>0,915</b>	0,599	0,792	0,895
<b>INV3</b>	<b>1,000</b>	0,356	<b>0,915</b>	0,599	0,792	0,895
<b>JU1</b>	0,356	<b>1,000</b>	0,446	0,191	0,473	0,394
<b>PR1</b>	0,712	0,381	<b>0,868</b>	0,655	<b>0,931</b>	0,740
<b>PR1</b>	0,712	0,381	<b>0,868</b>	0,655	<b>0,931</b>	0,740
<b>PR2</b>	0,822	0,438	<b>0,923</b>	0,644	<b>0,927</b>	0,832
<b>PR2</b>	0,822	0,438	<b>0,923</b>	0,644	<b>0,927</b>	0,832
<b>PR3</b>	0,616	0,477	<b>0,809</b>	0,355	<b>0,873</b>	0,713
<b>PR3</b>	0,616	0,477	<b>0,809</b>	0,355	<b>0,873</b>	0,713
<b>PRO1</b>	0,877	0,386	<b>0,946</b>	0,579	0,837	<b>0,983</b>
<b>PRO1</b>	0,877	0,386	<b>0,946</b>	0,579	0,837	<b>0,983</b>
<b>PRO2</b>	0,882	0,389	<b>0,935</b>	0,461	0,812	<b>0,983</b>
<b>PRO2</b>	0,882	0,389	<b>0,935</b>	0,461	0,812	<b>0,983</b>
<b>PU1</b>	0,361	0,212	0,447	<b>0,732</b>	0,452	0,419
<b>PU2</b>	0,559	0,056	0,542	<b>0,912</b>	0,544	0,447
<b>PU3</b>	0,632	0,138	0,610	<b>0,928</b>	0,598	0,519
<b>PU4</b>	0,425	0,288	0,451	<b>0,788</b>	0,453	0,394

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Tabel 4.23 memuat nilai *Cross Loadings* akhir penelitian yang telah direvisi sebelumnya, yang menunjukkan bahwa korelasi skor indikator ke variabelnya sudah lebih besar dari korelasi indikator tersebut ke variabel lain.

Metode lain yang dapat digunakan untuk menilai *Discriminant Validity* adalah dengan melihat nilai Fornell–Larcker criterion. Metode Fornell-Larcker dilakukan dengan cara membandingkan *Square Roots Of AVE* (akar AVE) dengan korelasi vertikal laten, berikut adalah nilai akar AVE dalam penelitian.

**Tabel 4.24**  
**Akar AVE**

	<b>AVE</b>	<b>Akar AVE</b>
Jaringan Usaha	1,000	1,000
Orientasi Kewirausahaan	0,811	0,900
Pertumbuhan Usaha	0,713	0,844
Inovatif	1,000	1,000
Pengambilan Resiko	0,829	0,910
Proaktif	0,966	0,983

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Berdasarkan table 4.24 suatu variabel dikatakan baik apabila *Square Roots Of AVE* (akar AVE) sepanjang garis diagonalnya lebih besar dari korelasi antara satu konstruk dengan yang lainnya, seperti pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.25**  
**Korelasi Variabel Laten**

	<b>Inovatif</b>	<b>JU</b>	<b>OK</b>	<b>PU</b>	<b>Pengambilan Resiko</b>	<b>Proaktif</b>
Inovatif	1,000					
JU	0,356	1,000				
OK	0,915	0,446	0,900			
PU	0,599	0,191	0,614	0,844		
Pengambilan Resiko	0,792	0,473	0,954	0,612	0,910	
Proaktif	0,895	0,394	0,957	0,530	0,839	0,983

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Dari Tabel 4.25 menunjukkan bahwa nilai masing-masing konstruk memiliki validitas yang baik. Hal ini dapat dilihat dari nilai akar AVE yang lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang di uji dalam penelitian ini dinyatakan valid.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas di lakukan dengan melihat nilai output dari *Composite Reliability*. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel laten dengan bantuan *Software SmartPLS*.

**Tabel 4.26**  
**Composite Reliability**

	<b>Composite Reliability</b>
Jaringan usaha	1,000
Orientasi kewirausahaan	0,962
Pertumbuhan usaha	0,908
Inovatif	1,000
Pengambilan resiko	0,936
Proaktif	0,983

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Dari Tabel 4.26 menunjukkan bahwa variabel mempunyai reliabilitas yang baik atau mampu untuk mengukur konstraknya. Suatu variabel dikatakan reliabilitas bila variabel tersebut mempunyai nilai *Composite Reliability* > 0,7 (George dan Mallery, 2003).

#### 4.4.3 Pengujian Model Struktural dan Hipotesis

Setelah semua konstruk dalam model memenuhi kriteria *Outer Model*, maka selanjutnya dilakukan pengujian model struktural (*Inner Model*) yang dievaluasi dengan melihat nilai *R-Square*. Berikut adalah nilai *R-Square* pada konstruk, seperti pada Tabel 4.27 berikut ini:

**Tabel 4.27**  
**R-Square**

	<b>R-Square</b>
Jaringan Usaha	
Orientasi kewirausahaan	0,199
Pertumbuhan usaha	0,385
Inovatif	0,838
Pengambilan resiko	0,910
Proaktif	0,915

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Dari hasil model persamaan pada tabel 4.27, diperoleh nilai *R-Square* untuk variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,199 yang artinya nilai tersebut mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan dapat dijelaskan oleh variabel jaringan usaha sebesar 19,9% sedangkan sisanya yaitu sebesar 80,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sedangkan untuk variabel pertumbuhan usaha sebesar 0,385 atau 38,5% yang berarti variabel

tersebut dapat dijelaskan oleh variabel jaringan usaha dan orientasi kewirausahaan sedangkan sisanya yaitu sebesar 61,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi nilai *R-square* maka semakin besar kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen tersebut. Pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.28**  
**Uji Hipotesis**

	<b>T Statistics ( O/STERR)</b>	<b>Keterangan</b>
JU -> OK	6,354	Diterima
OK -> PU	8,132	Diterima
JU -> PU	0,835	Ditolak

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Berdasarkan Tabel 4.28 dapat diketahui bahwa nilai thitung digunakan dalam menjawab hipotesis. Dalam penelitian kita perlu menentukan tingkat signifikansi, dimana untuk penelitian ini tingkat signifikansinya adalah 0,05. Selanjutnya adalah membandingkan t hitung dengan t tabel, dimana t tabel dapat dihitung menggunakan rumus *Degree Of Freedom* ( $df = n - k$ ), dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel (bebas dan terikat), sehingga T tabel untuk penelitian ini adalah  $60 - 3 = 57$  dengan *Level Of Significant* sebesar 95% ( $\alpha = 5\%$ ) maka diperoleh t tabel sebesar 1,67203. Apabila t hitung besar dari t tabel ( $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ) maka hipotesis diterima.

Untuk jaringan usahaterhadap orientasi kewirausahaan dapat dilihat nilai thitung adalah sebesar 6,354 yang menunjukkan bahwa hitung ( $6,354 > t$

tabel(1,67203) maka hipotesis diterima, yang artinya variabel jaringan usahaberpengaruh positif dansignifikan terhadapvariabel orientasi kewirausahaan.

Untuk orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha dapat dilihat nilai thitungadalah sebesar 8,132 yang menunjukkan bahwa  $t$  hitung (8,132) >  $t$  tabel (1,67203), maka hipotesis diterima, yang artinya variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pertumbuhan usaha.

Untuk jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha dapat dilihat nilai thitungadalah sebesar 0,835 yang menunjukkan bahwa  $t$  hitung (0,835) <  $t$  tabel (1,67203), maka hipotesis ditolak, yang artinya variabel jaringan usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel pertumbuhan usaha.

#### Uji Efek Mediasi

Efek mediasi menunjukkan hubungan antara variabel independen dan dependen melalui variabel penghubung atau mediasi. Pengaruh variabel terhadap variabel dependen tidak secara langsung terjadi tetapi melalui proses transformasi yang diwakili oleh variabel mediasi (Baron dan Kenney, 1986).

Untuk mendapatkan pengaruh langsung dan tidak langsung dilakukan uji data sebanyak dua kali. Pengaruh langsung dari JU->PU diperoleh melalui uji data yang kedua, yaitu uji data tanpa melibatkan variabel mediasi (SAT) dengan hasil *Path Coefficients* sebagai berikut:

**Tabel 4.29**  
**Uji Hipotesis**

	<b>T Statistics ( O/STERR )</b>	<b>Keterangan</b>
JU->PU	1,981	Diterima

*Sumber : Data primer yang diolah SmartPLS (2019)*

Dari tabel 4.29 diatas dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha adalah sebesar 1,981 yang menunjukkan bahwa t hitung (1,981) > t tabel (1,67203), maka hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan memediasi pengaruh antara jaringan usaha dan pertumbuhan usaha dalam penelitian ini.

Untuk variabel orientasi kewirausahaan terhadap jaringan usaha dan pertumbuhan usaha dapat dilihat pengaruh langsungnya dari tabel 4.31 diatas, yang menunjukkan bahwa nilai t hitung (1,981) < t tabel (1,67203), maka hipotesis diterima. Selanjutnya adalah melihat pengaruh tidak langsung yang diperoleh dari uji data yang pertama (Tabel 4.28) yaitu dengan mengalikan JU -> OK dan OK -> PU, sehingga diperoleh hasil  $6,354 \times 8,132 = 51,670728$ . Angka ini menunjukkan bahwa t hitung (51,670728) > t tabel (1,67203). Selanjutnya adalah menghitung *Variance Accounted For* (VAF) dengan formula Hair *et al.*, (2015) untuk mengetahui apakah variabel mediasi dikategorikan sebagai pemediasi penuh (*Full Mediation*) atau pemediasi sebagian (*Partial Mediation*) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh langsung} + \text{Pengaruh tidak langsung}}$$

$$= \frac{51,670728}{1,981+51,670728} = 0,96307668 \text{ atau } 96,30\%$$

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa orientasi kewirausahaan dikategorikan sebagai pemediasi penuh (*Full Mediation*) karena nilai VAF > 80%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan memediasi pengaruh antara jaringan usaha dan pertumbuhan usaha secara penuh dalam penelitian ini.

#### **4.5 Pembahasan**

Dalam pembahasan hasil penelitian, akan dijabarkan mengenai hasil pengujian hubungan antar variabel yang telah dihipotesiskan. Pengaruh antar variabel tersebut yaitu jaringan usaha terhadap pertumbuhan usahayang dimediasi oleh variabel orientasi kewirausahaan. Pengaruh antar variabel yang telah dihipotesiskan akan dijelaskan sebagai berikut:

##### **4.5.1 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Orientasi Kewirausahaan**

Hasil analisis data hipotesis 1 yaitu pengaruh jaringan usahaterhadap orientasi kewirausahaan dapat diterima. Hal ini dapat dibuktikan dari output yang didapatkan yaitu,  $t$  hitung (6,354) >  $t$  tabel (1,67203). Sehingga penelitian ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan jaringan usahaberpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan. Dapat disimpulkan bahwa jaringan usaha memiliki dampak yang positif dalam mengembangkan orientasi kewirausahaan pada penenun di Nagari Unggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Gulati et al, (2000) menunjukkan bahwa penelitian besar yang mulai berkembang di bidang kewirausahaan mulai membuktikan pentingnya memahami hubungan antar perusahaan dan bagaimana konteks sosial memengaruhi perilaku perusahaan. Dengan kata lain, bagaimana

penggunaannya jaringan pemimpin dan organisasi dapat memperkuat karakteristik seperti, inovasi, proaktif dan kecenderungan pengambilan risiko.

Mengingat bahwa jaringan adalah struktur kognitif dalam pikiran individu dan struktur sebenarnya dari hubungan yang menghubungkan individu (Balkundi dan Kilduff, 2006), potensi sinergi antara perusahaan dan sosial mereka jaringan dapat menghasilkan kemampuan dalam pembelajaran yang memainkan peran penting dalam menciptakan dan meningkatkan keterampilan untuk berinovasi dan membuat langkah pertama dalam memperkenalkan produk dan layanan baru.

#### **4.5.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha**

Hasil analisis data hipotesis 2 yaitu pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha dapat diterima. Hal ini dapat dibuktikan dari output yang didapatkan yaitu,  $t$  hitung (8,132)  $>$   $t$  tabel (1,67203). Sehingga penelitian ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan orientasi kewirausahaan mempengaruhi pertumbuhan usaha secara positif. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Covin dan Slevin (1991) yang menyatakan bahwa dengan pertimbangan perusahaan wirausaha bertindak sebagai perusahaan dengan inovasi dan yang menanggung risiko yang relevan dengan pertumbuhan, dimana salah satu dimensi penting dari manajemen wirausaha perusahaan adalah justru orientasinya ke arah pertumbuhan (Brown et al, 2001). Demikian juga, beberapa temuan menunjukkan efek positif orientasi kewirausahaan pada tingkat pertumbuhan perusahaan, tetapi itu tergantung pada

beberapa variabel terkait proses strategis seperti partisipasi strategis pengambilan keputusan, mode pembentukan strategi dan pembelajaran strategis dari kegagalan (Covin et al, 2006).

#### **4.5.3 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha**

Hasil analisis data hipotesis 3 yaitu pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha ditolak. Hal ini dapat diakibatkan pengaruh langsung dari jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha diperlihatkan dari output t hitung yang didapatkan yaitu,  $t \text{ hitung } (0,835) < t \text{ tabel } (1,67203)$ . Sehingga penelitian ini mengindikasikan bahwa jaringan usaha secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha.

Hipotesis dalam penelitian ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti dimana mereka mengemukakan pendapat yang berbeda mengenai aspek jaringan perusahaan dan dalam beberapa kasus terkait dengan kinerja (Elfring dan Hulsink, 2003; Hite dan Hesterly, 2001; Lechner et al, 2006). Namun, bukti lebih empiris tentang efek sebab akibat dari jaringan pada pertumbuhan perusahaan.

#### **4.5.4 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan**

Hasil analisis data hipotesis 4 yaitu pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan diterima. Hal ini dapat diakibatkan pengaruh tidak langsung dari jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha diperlihatkan dari output t hitung yang didapatkan yaitu,  $t \text{ hitung } (1,981) > t \text{ tabel } (1,67203)$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan

jaringan usaha dapat berdampak pada pertumbuhan usaha melalui mediasi orientasi kewirausahaan. Dengan cara memaksimalkan penggunaan jaringan usaha yang dikaitkan dengan orientasi kewirausahaan penenun maka pertumbuhan usaha tenun akan meningkat secara signifikan.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Hasil pengujian dengan *Software SmartPLS* adalah:

1. Jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha tenun di Nagari Unggan.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan.
3. Jaringan usaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan.
4. Pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan.

### **5.2 Implikasi Hasil Penelitian**

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan usaha berpengaruh terhadap pengembangan orientasi kewirausahaan. Hal ini mengandung implikasi bahwa penggunaan informasi dari jaringan pribadi dan jaringan profesional yang dimiliki oleh penenun di Nagari Unggan haruslah dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Hal ini berkaitan dengan dimensi proaktif dari variabel orientasi kewirausahaan jika diefisienkan melalui jaringan usaha maka pertumbuhan usaha tenun akan lebih pesat. Para penenun harus memanfaatkan kelompok tenun yang ada untuk mengetahui tentang informasi baru berkaitan

dengan permintaan pasar terhadap motif tenun yang diminati dan memperluas relasi usaha.

2. Orientasi kewirausahaan yang sudah ada pada penenun lebih dimaksimalkan lagi agar usaha mereka bisa mengalami perkembangan seperti yang mereka harapkan dan bisa menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi. Selain itu juga dapat membantu perekonomian warga Unggan yang mulanya bergantung pada pertanian bisa memanfaatkan tenun sebagai penunjang kehidupan. Pengoptimalan sarana pemasaran *online* yang digunakan untuk mempromosikan tentang tenun dan songket Unggan.
3. Jaringan usaha saja dalam hal pemberian informasi kepada penenun tidak cukup untuk membuat usaha menjadi lebih maju juga harus didukung melalui orientasi kewirausahaan melalui pengambilan resiko, inovatif dan sikap proaktif sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha jika disinergikan.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan. Alangkah baiknya keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber bagi penelitian yang akan datang. Berikut merupakan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini :

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengkaji pengaruh jaringan usaha yang dimediasi orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha tenun di Nagari Unggan, Kabupaten Sijunjung.
2. Dalam penelitian ini, peneliti hanya bisa menemukan responden sebanyak 60 penenun dari jumlah sampel yang seharusnya 70. Hal ini dikarenakan

kesulitan untuk menemui para penenun yang sedang tidak ada ditempat pada saat peneliti mengambil data ke lapangan. Responden ini merupakan penenun yang menenun dan tergabung dalam kelompok tenun yang berada di Nagari Unggan, Kabupaten Sijunjung.

3. Implikasi dalam penelitian ini hanya berlaku didaerah tempat objek diteliti, apabila dilaksanakan pada daerah lain hasilnya belum tentu sama.

#### **5.4 Saran**

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi Pemerintah

Dalam hal kemajuan usaha tenun sangat diperlukan kerjasama antara pihak penenun dengan pemerintah daerah. Pemerintah daerah bisa membantu dengan pendirian koperasi yang akan lebih mempermudah dalam penampungan dan penjualan produk tenun. Selain itu, pemerintah juga bisa membantu dalam hal pemberian bantuan, perbaikan sarana infrastruktur dan fasilitas yang akan membuat para peminat tenun lebih mudah dan cepat dalam menjangkau ke lokasi tenun.

2. Bagi Para Penenun di Nagari Unggan

Para penenun bisa lebih berinovasi lagi dalam hal proses dan pemasaran tenun yang akan membuat orang lebih tertarik dan berminat untuk membelinya. Dengan cara pengoptimalan kelompok usaha tenun yang ada dan pengoptimalan

penggunaan galeri untuk menampilkan hasil tenun yang telah dibuat. Selain itu, para penenun juga bisa lebih berinovasi dan lebih aktif dalam mengikuti pelatihan yang diadakan untuk meningkatkan kreatifitas sehingga hasil tenunnya lebih baik lagi. Jumlah penenun yang sudah terdata berjumlah 100 penenun. Dimana masih ada beberapa penenun yang baru tergabung tapi belum terdata dan ada yang sudah terdata akan tetapi sudah tidak aktif dalam menenun dikarenakan tidak tinggal di Unggan.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan responden dengan skala kecil yaitu sebanyak 60 responden, untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan skala responden yang lebih besar, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Selain itu, wilayah objeknya bisa diperluas bukan hanya di Nagari Unggan saja bisa menjangkau daerah disekitarnya dimana ada penenun juga selain di Unggan. Peneliti selanjutnya diharapkan mendapatkan informasi dari pihak pemerintah dan pihak terkait lainnya, agar mendapatkan informasi yang tidak satu arah dari penenun saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Musa, C. I., dan Ramli, A (2017). Effect of Characteristics dan Entrepreneurial Orientation towards Entrepreneurship Competence dan Crafts dan Arts Small dan Medium Enterprises Business Performance in Makassar, 7(2), 166–173
- Aldrich, H., dan Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social network anarchy dan organization entrepreneurs in contextual network. *Entrepreneurship*.
- Authors, F. (2019). Entrepreneurial competencies and SMEs ' growth : the mediating role of network competence. <https://doi.org/10.1108/APJBA-05-2018-0084>
- Balkundi, P., & Kilduff, M. (2006). The ties that lead: A social network approach to leadership. *The Leadership Quarterly*, 17(4), 419–439.
- Basso, O., Fayolle, A., & Bouchard, V. (2009). *Entrepreneurial orientation: the making of a concept*, (April 2016). <https://doi.org/10.5367/000000009790012327>
- Birley, S. (1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 107–117
- Brown, T. E., Davidsson, P., & Wiklund, J. (2001). An operationalization of Stevenson's conceptualization of entrepreneurship as opportunity-based firm behavior. *Strategic Management Journal*, 22(10), 953–968.
- Casillas, J. C., dan Moreno, A. M. (n.d.). Entrepreneurship dan Regional Development : An International Journal The relationship between entrepreneurial orientation dan growth : The moderating role of family involvement, (May 2013), 37–41 <https://doi.org/10.1080/08985621003726135>
- Cass, A. O., Sok, P., & Cass, A. O. (2014). in firm growth. <https://doi.org/10.1177/0266242613480225>
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7–25.
- Covin, J. G., Green, K. M. dan Slevin, D. P. (2006), "Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship", *Entrepreneurship: Theory dan Practice*, Vol. 30 No. 1, pp. 57-81 dan *Regional Development*, 6(4), 329–356.
- Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway, S., dan Snyckerski, S. (n.d.). Implications of customer dan entrepreneurial orientations for SME growth, 524–546. <https://doi.org/10.1108/00251741311309643>
- Elfring, T., and Hulsink, W (2003). Networks in entrepreneurship: The case of high-technology firms. *Small Business Economics* 21(4): 409–422
- Emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journal*, 22(3), 275–286
- Engelen, A. (2012). Emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journal*, 22(3), 275–286. *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/0149206312455244>
- Engelen, A. 2010. Entrepreneurial orientation as a function of national cultural variations in two countries. *Journal of International Management*, 4: 354-368

- Fornell C and Larcker DF (1981) Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research* 18(1): 39–50.
- George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon
- Gimmon, E., & College, T. (2017). The developing in the developed : Rural SME growth in Israel. <https://doi.org/10.1177/1465750316686239>
- Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21(3), 203–215
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). PLS-SEM : Indeed a Silver Bullet PLS-SEM : Indeed a Silver Bullet, 6679(December). <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Henseler, J., Ringle, C.M., dan Sinkovicks, R.R. 2009. *The use of partial least square modeling in international marketing*. New Challenges to International Marketing Advanced in International Marketing. Volume 20. Page : 277 – 319
- Hills, G.E. and Hultman, C. (2006), “*Marketing perspectives*”, in Dennis, W.J. Jr (Ed.), NFIB National Small Business Poll, Vol. 6, NFIB Research Foundation, Nashville, TN.
- Hite, J. M., & Hesterly, W. S. (2001). The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journal*, 22(3), 275–286.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha\\_Kecil\\_dan\\_Menengah](https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah)
- <https://kumparan.com/langkanid/melirik-tenun-unggan-di-sijunjung-1542787787762261169>
- Isaga, N. (2012). Entrepreneurship and the growth of SMEs in the furniture industry in Tanzania”. Doctorates dissertation.
- Jack, S. L. (2010). Approaches to studying networks: Implications and outcomes. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 120–137
- Jack, S., Moulton, S., Anderson, A. R., & Dodd, S. (2010). An entrepreneurial network evolving: Patterns of change. *International Small Business Journal*, 28(4), 315–337.
- Jansen, F. (2009). The conceptualisation of Growth: Are Employment and Turnover Interchangeable Criteria? *Journal of Entrepreneurship*, 18(1), 21-45
- Johannisson, B., Alexanderson, O., Nowicki, K., & Senneseth, K. (1994). Beyond anarchy and organization entrepreneurs in contextual network. *Entrepreneurship & Regional Development*, 6(4), 329–356.
- Lechner, C., & Dowling, M. (2003). Firm networks: External relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 15(1), 1–26.

- Lechner, C., Dowling, M., & Welp, I. (2006). Firm networks and firm development: The role of the relational mix. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 514–540.
- Lee, L., & Sukoco, B. 2007. The effects of entrepreneurial orientation and knowledge management capability on organizational effectiveness in Taiwan: The moderating role of social capital. *International Journal of Management*, 24: 549-571
- Levie, J., & Autio, E. (2013). Growth and growth intentions: A meta-analysis of existing evidence. Enterprise Research Centre (ERC) White Paper No.1.
- Madsen, E.L. (2007). The significance of sustained entrepreneurial orientation on performance of firms—a longitudinal analysis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(2), 185–204
- Martins, I. (2016). Network Usage, Entrepreneurial Orientation and Their Effectiveness on SMEs Growth. *Journal of Entrepreneurship*, 25(1), 18–41. <https://doi.org/10.1177/0971355715616230>
- Moreno, A. M., & Casillas, J. C. (2008). Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 507–528.
- Morgan NA, Vorhies DW and Mason CH (2009).Market orientation, marketing capabilities and firm performance. *Strategic Management Journal* 30(8): 909–920
- Nyarku, K. M., & Oduro, S. (2017). Effect of legal and regulatory framework on SMEs growth in the Accra Metropolis of Ghana. <https://doi.org/10.1177/1465750317742842>
- Ostgaard, T. A., & Birley, S. (1996). New venture growth and personal networks. *Journal of Business Research*, 36(1), 37–50.
- Parkman, I. D., Holloway, S. S., Sebastiao, H. J., & Portland, D. W. (2012). Creative Industries : Aligning Entrepreneurial Orientation and Innovation Capacity, (January). <https://doi.org/10.1108/14715201211246823>
- Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
- Ripollés, M., dan Blesa, A. (2005). Personal networks as fosterers of entrepreneurial orientation in new ventures. *The International Journal of Entrepreneurship dan Innovation*, 6(4), 239–248
- Sekaran, Uma. 2017. *Research Methods for Business*. Buku 1, Edisi 4.Salemba Empat. Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2017. *Research Methods for Business*. Buku 2, Edisi 4.Salemba Empat. Jakarta.
- Sengupta, A. (2011). Network strategy an access to business finance: Indian entrepreneurs in the information and communication technology industry. *The Journal of Entrepreneurship*, 20(1), 103–126.
- Shepherd, D., & Wiklund, J. (2009). Are We Comparing Apples With Apples or Apples With Oranges? Appropriateness of Knowledge Accumulation across Growth Studies. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(1), 105-123.
- Sirec, K., & Mocnik, D. (2010). How entrepreneurs' personal characteristics affect SMES' growth. *Our Economy/Nase Gospodarstvo*, 56 (1/2), 3-12.

Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Wiklund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientation– performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1), 37–48



## Lampiran 1

### Kuesioner Penelitian



No. Kuesioner:

### KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Saya Leni Putri No. BP. 1510551033 mahasiswi tingkat akhir Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha Tenun di Nagari Unggan Kabupaten Sijunjung yang Dimediasi Oleh Orientasi Kewirausahaan”. Untuk itu saya mohon kesediaan bapak-bapak, ibu-ibu dan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi beberapa pertanyaan dalam kuesioner ini. Informasi yang bapak-bapak, ibu-ibu, dan saudara/i berikan akan sangat bermanfaat untuk melengkapi data penelitian saya. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Salam

Peneliti

## Bagian I: Identitas Responden

Sebelum mengisi beberapa pernyataan yang diberikan pada halaman berikutnya, dimintakan kepada bapak-bapak, ibu-ibu, dan saudara/i untuk mengisi identitas responden, sebagai berikut:

Nama :

Beri tanda ceklis (✓) dibawah ini:

1. Jenis Kelamin :

Laki - laki

Perempuan

2. Usia :

20

- 35

21 - 25

36 - 40

26 -

>40

3. Pendidikan hir

SD

S1

SMP

Lainnya

SMA

4. Penghasilan per bulan:

500.000

Rp 500.001 - Rp ≤1.000.000

Rp 1.000.001 - Rp ≤2.000.000

Rp 2.000.001 - Rp ≤ 5.000.000

Rp >5.000.000

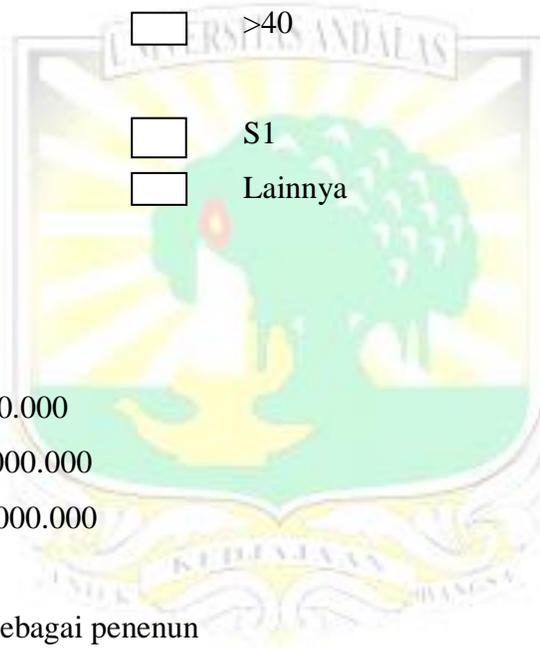
5. Lama menggeluti pekerjaan sebagai penenun

ahun

1 - 3 tahun

4 - 5 tahun

ahun



## Bagian II: Pertanyaan kuesioner

Petunjuk:

1. Baca setiap pernyataan dengan teliti.
2. Jawab pernyataan yang tersedia dengan jujur.
3. Pada kuesioner ini responden diminta untuk memberikan tanda ceklis (✓) pada pilihan jawaban yang dianggap paling sesuai.
4. Setelah selesai mohon periksa kembali jawaban yang telah diisi.

Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Skor	5	4	3	2	1

### 1. Jaringan Usaha (X<sub>1</sub>)

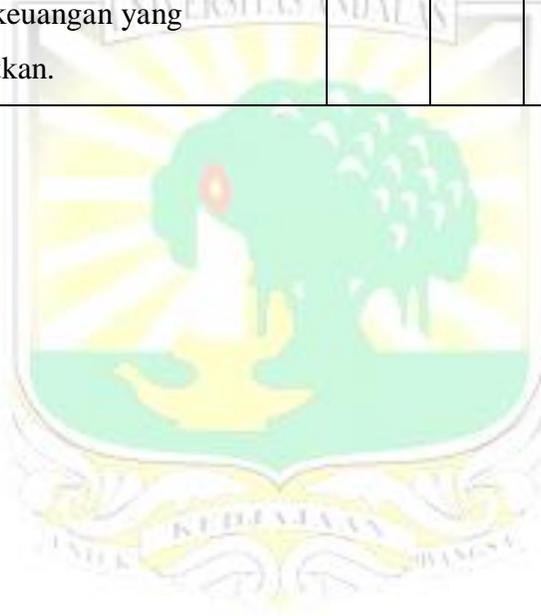
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Hasil usaha tenun di jual luas melalui mitra industri yang lebih besar.					
2.	Sebagian besar keputusan pemasaran didasarkan pada pertukaran informasi dengan relasi/jaringan pribadi dan relasi/jaringan profesional (yang berkaitan dengan usaha).					

## 2. Orientasi Kewirausahaan (X<sub>2</sub>)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
3.	Usaha saya menekankan pada pemberian wewenang (delegasi) terhadap tugas-tugas tertentu kepada karyawan.					
4.	Usaha saya memberikan kebebasan kepada individu untuk mengembangkan ide baru.					
5.	Usaha saya mempunyai fokus untuk selalu menjadi yang terdepan dalam memperkenalkan produk atau ide baru.					
6.	Usaha saya selalu menggalakkan dan menstimulasi inovasi dalam penggunaan teknologi, memasarkan produk, dan pengelolaannya.					
7.	Usaha saya melakukan stimulasi kreatifitas dan uji coba.					
8.	Usaha saya selalu menghasilkan inovasi yang sulit ditiru oleh usaha lain.					
9.	Usaha saya biasanya akan melakukan inisiatif tindakan yang akan membuat pesaing juga akan mengikutinya.					
10.	Usaha saya selalu menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produk atau teknologi baru.					

### 3. Pertumbuhan Usaha (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
11.	Konsumen yang menggunakan produk kami mengalami peningkatan kepuasan.					
12.	Usaha saya mengalami peningkatan pendapatan penjualan.					
13.	Usaha saya mengalami peningkatan keuntungan.					
14.	Usaha saya telah mencapai tujuan keuangan yang ditargetkan.					



**Lampiran 2**  
**Data penelitian**

**A. Data Karakteristik Reponden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia Responden</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Penghasilan Perbulan</b>	<b>Lama Menggeluti Profesi sebagai Penun</b>
2	6	2	3	4
2	4	1	3	3
2	6	1	3	3
2	2	3	3	2
2	3	2	3	2
2	3	1	3	2
2	5	1	4	4
2	5	1	4	4
2	2	1	4	4
2	5	1	4	4
2	3	3	4	4
2	4	2	4	4
2	5	1	4	4
2	5	3	4	4
2	5	3	4	4
2	3	3	4	3
2	5	3	4	4
2	5	2	4	4
2	4	3	4	4
2	5	3	4	4
2	5	3	4	3
2	4	3	4	3
2	6	1	4	3
2	4	1	4	2
2	6	1	4	2
2	1	2	2	2
2	3	4	2	2
2	2	3	2	2
2	1	3	2	2

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia Responden</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Penghasilan Perbulan</b>	<b>Lama Menggeluti Profesi sebagai Penun</b>
2	2	3	2	2
2	2	3	3	2
2	2	2	3	2
2	1	3	2	2
2	2	3	2	2
2	2	3	3	2
2	2	2	3	2
2	2	2	2	2
2	5	1	2	2
2	4	1	3	3
2	2	2	2	2
2	5	2	3	2
2	3	3	2	2
2	6	3	4	3
2	4	2	4	3
2	4	3	3	2
2	3	2	3	2
2	3	1	2	2
2	3	1	3	2
2	3	3	3	2
2	3	2	3	2
2	3	2	3	2
2	4	1	3	2
2	2	3	1	2

## B. Data Variabel Penelitian

JU1	JU2	PR1	PR2	PR3	INV1	INV2	INV3	PRO1	PRO2	PU1	PU2	PU3	PU4
4	5	3	2	5	5	5	2	3	3	5	3	3	5
4	5	3	2	5	5	5	2	3	3	5	3	3	4
3	5	3	2	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5
3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
3	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	2	2	2	5	5	2	3	3	5	3	3	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	2	2	3	5	5	3	3	3	5	4	4	4
4	4	2	2	3	5	5	3	3	3	5	4	4	5
4	4	2	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	5	5	3	3	3	4	4	4	5
4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5
4	4	2	3	3	5	5	2	3	2	5	5	5	5
4	4	2	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	5	5	3	3	3	4	4	4	5

JU1	JU2	PR1	PR2	PR3	INV1	INV2	INV3	PRO1	PRO2	PU1	PU2	PU3	PU4
4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5
4	4	2	3	3	5	5	2	3	2	5	5	5	5
4	4	3	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4	5
3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4
4	5	3	3	3	5	5	4	3	3	5	5	5	5
4	5	3	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	5	5	5
4	4	3	3	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5
2	5	4	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5
2	5	3	4	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5
4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5
4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5
3	5	3	3	4	5	5	3	3	3	4	5	5	3
4	4	3	2	5	5	5	2	3	3	5	3	3	4
3	5	2	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	2



**Lampiran 3**  
**Hasil SPSS**

**A. Karakteristik responden**

**1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	60	100.0	100.0	100.0

**2. Karakteristik responden berdasarkan usia**

**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16-20	3	5.0	5.0	5.0
21-25	12	20.0	20.0	25.0
26-30	12	20.0	20.0	45.0
31-35	10	16.7	16.7	61.7
36-40	17	28.3	28.3	90.0
>40	6	10.0	10.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

### 3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	16	26.7	26.7	26.7
	SMP	17	28.3	28.3	55.0
	SMA	26	43.3	43.3	98.3
	S1	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.	100.0	

### 4. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan

Penghasilan Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 500.000	1	1.7	1.7	1.7
	Rp 500.000 – Rp <1.000.000	12	20.0	20.0	21.7
	Rp 1.000.000 – Rp <2.000.000	19	31.7	31.7	53.3
	Rp 2.000.000 - Rp < 5.000.000	28	46.7	46.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

## 5. Karakteristik responden berdasarkan lama menggeluti profesi sebagai penenun

Lama Menggeluti Profesi Sebagai Penenun

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-3 Tahun	30	50.0	50.0	50.0
4-5 Tahun	11	18.3	18.3	68.3
>5 Tahun	19	31.7	31.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

## B. Distribusi Frekuensi

### 5. Variabel Jaringan Usaha

Statistics

	Jaringan Usaha1	Jaringan Usaha2
N Valid	60	60
Missing	0	0
Mean	4.02	4.37

Jaringan Usaha1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	3.3	3.3	3.3
N	6	10.0	10.0	13.3
S	41	68.3	68.3	81.7
SS	11	18.3	18.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

### Jaringan Usaha2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	38	63.3	63.3	63.3
	SS	22	36.7	36.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

## 6. Variabel Orientasi Kewirausahaan

### Statistics

		Pengambilan Resiko1	Pengambilan Resiko2	Pengambilan Resiko3	Inovatif 1	Inovatif 2	Inovatif 3	Proaktif 1	Proaktif 2
N	Valid	60	60	60	60	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.72	3.73	4.12	4.87	4.92	3.70	3.88	3.87

### Pengambilan Resiko1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	13.3	13.3	13.3
	N	15	25.0	25.0	38.3
	S	23	38.3	38.3	76.7
	SS	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Pengambilan Resiko2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	13.3	13.3	13.3
	N	21	35.0	35.0	48.3
	S	10	16.7	16.7	65.0
	SS	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Pengambilan Resiko3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.7	1.7	1.7
	N	19	31.7	31.7	33.3
	S	12	20.0	20.0	53.3
	SS	28	46.7	46.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Inovatif1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	3.3	3.3	3.3
	S	4	6.7	6.7	10.0
	SS	54	90.0	90.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Inovatif2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	5	8.3	8.3	8.3
	SS	55	91.7	91.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Inovatif3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	11.7	11.7	11.7
	N	23	38.3	38.3	50.0
	S	11	18.3	18.3	68.3
	SS	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Proaktif1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	27	45.0	45.0	45.0
	S	13	21.7	21.7	66.7
	SS	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Proaktif2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	3.3	3.3	3.3
	N	25	41.7	41.7	45.0
	S	12	20.0	20.0	65.0
	SS	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

## 7. Variabel Pertumbuhan Usaha

### Statistics

		Pertumbuhan Usaha1	Pertumbuhan Usaha2	Pertumbuhan Usaha3	Pertumbuhan Usaha4
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.82	4.62	4.65	4.77

### Pertumbuhan Usaha1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	11	18.3	18.3	18.3
	SS	49	81.7	81.7	100.0
Total		60	100.0	100.0	

### Pertumbuhan Usaha2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	8.3	8.3	8.3
	S	13	21.7	21.7	30.0
	SS	42	70.0	70.0	100.0
Total		60	100.0	100.0	

### Pertumbuhan Usaha3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	8.3	8.3	8.3
	S	11	18.3	18.3	26.7
	SS	44	73.3	73.3	100.0
Total		60	100.0	100.0	

#### Pertumbuhan Usaha4

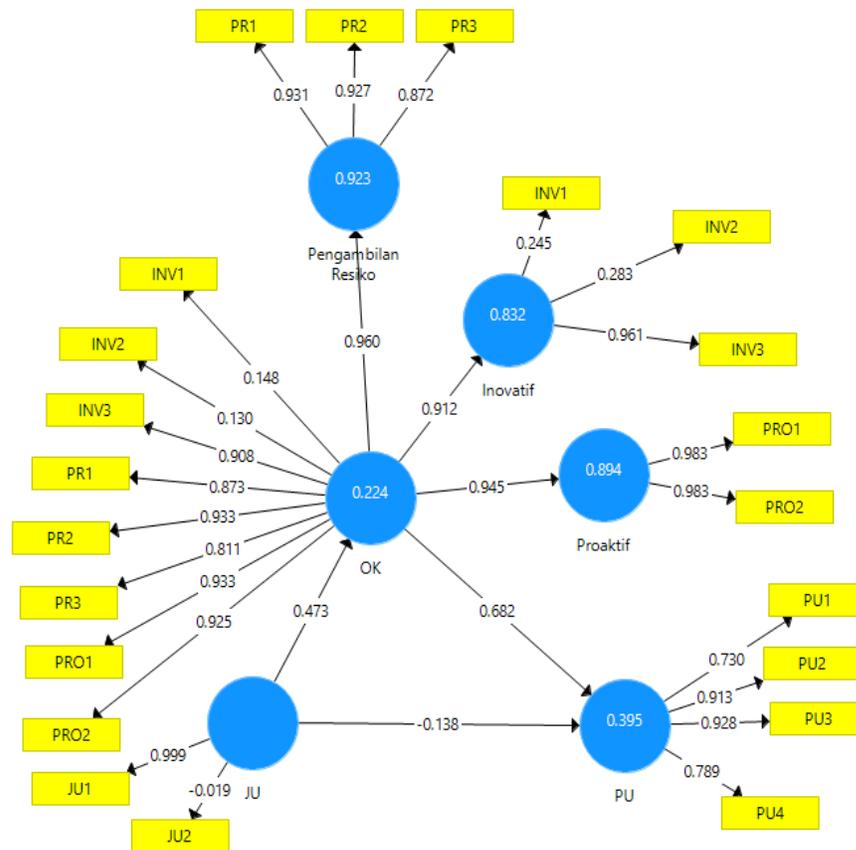
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.7	1.7	1.7
	N	1	1.7	1.7	3.3
	S	9	15.0	15.0	18.3
	SS	49	81.7	81.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



## Lampiran 4

### Hasil SMART PLS

#### 1. Gambar model Antar konstruk Output SmartPLS awal



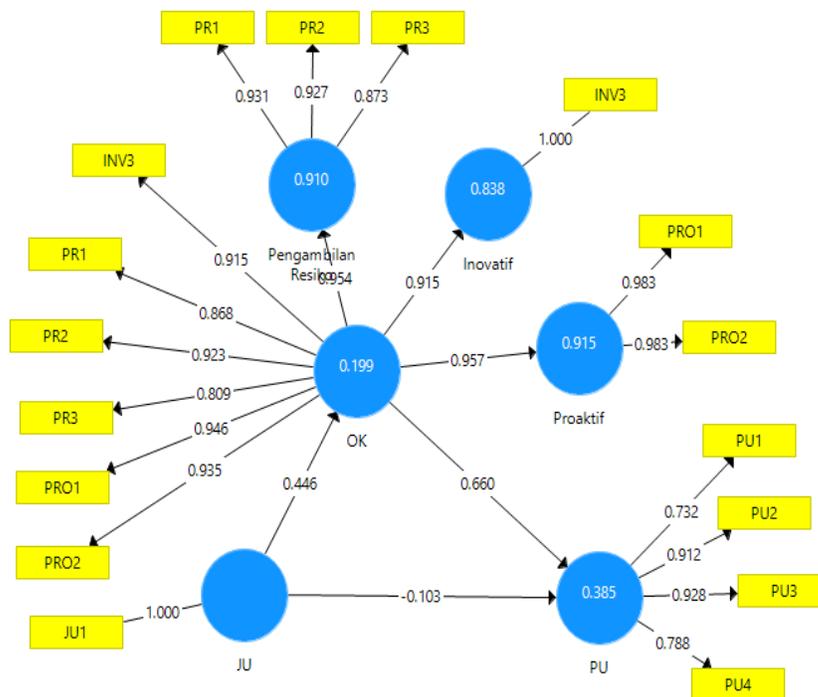
#### 2. Tabel Outer Loadings Model (Awal)

	Inovatif	JU	OK	PU	Pengambilan Resiko	Proaktif
INV1			0,148			
INV1	0,245					
INV2			0,130			
INV2	0,283					
INV3			0,908			
INV3	0,961					
JU1		0,999				
JU2		-0,019				
JU2		0,019				
PR1			0,873			

PR1					0,931	
PR2			0,933			
PR2					0,927	
PR3			0,811			
PR3					0,872	
PRO1			0,933			
PRO1						0,983
PRO2			0,925			
PRO2						0,983
PU1				0,730		
PU2				0,913		
PU3				0,928		
PU4				0,789		



**3. Gambar Model Antar konstruk Output SmartPLS Akhir**



**4. Tabel Outer Loadings Model (Akhir)**

	Inovatif	JU	OK	PU	Pengambilan Resiko	Proaktif
INV3			0,915			
INV3	1,000					

JU1		1,000			
PR1			0,868		
PR1				0,931	
PR2			0,923		
PR2				0,927	
PR3			0,809		
PR3				0,873	
PRO1			0,946		
PRO1					0,983
PRO2			0,935		
PRO2					0,983
PU1				0,732	
PU2				0,912	
PU3				0,928	
PU4				0,788	

### 5. Tabel Average Variance Extracted (Awal)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Inovatif	0,508	0,410	0,534	0,355
JU	-0,158	-1,371	0,489	0,499
OK	0,876	0,951	0,911	0,610
PU	0,864	0,893	0,908	0,713
Pengambilan Resiko	0,897	0,902	0,936	0,829
Proaktif	0,965	0,965	0,983	0,966

### 6. Tabel Average Variance Extracted ( Akhir)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Inovatif	1,000	1,000	1,000	1,000
JU	1,000	1,000	1,000	1,000
OK	0,953	0,956	0,962	0,811
PU	0,864	0,893	0,908	0,713
Pengambilan Resiko	0,897	0,901	0,936	0,829
Proaktif	0,965	0,965	0,983	0,966

### 7. Tabel Cross Loadings Model

	Inovatif	JU	OK	PU	Pengambilan Resiko	Proaktif
INV3	1,000	0,356	0,915	0,599	0,792	0,895

INV3	1,000	0,356	0,915	0,599	0,792	0,895
JU1	0,356	1,000	0,446	0,191	0,473	0,394
PR1	0,712	0,381	0,868	0,655	0,931	0,740
PR1	0,712	0,381	0,868	0,655	0,931	0,740
PR2	0,822	0,438	0,923	0,644	0,927	0,832
PR2	0,822	0,438	0,923	0,644	0,927	0,832
PR3	0,616	0,477	0,809	0,355	0,873	0,713
PR3	0,616	0,477	0,809	0,355	0,873	0,713
PRO1	0,877	0,386	0,946	0,579	0,837	0,983
PRO1	0,877	0,386	0,946	0,579	0,837	0,983
PRO2	0,882	0,389	0,935	0,461	0,812	0,983
PRO2	0,882	0,389	0,935	0,461	0,812	0,983
PU1	0,361	0,212	0,447	0,732	0,452	0,419
PU2	0,559	0,056	0,542	0,912	0,544	0,447
PU3	0,632	0,138	0,610	0,928	0,598	0,519
PU4	0,425	0,288	0,451	0,788	0,453	0,394

### 8. Tabel Akar AVE

	Inovatif	JU	OK	PU	Pengambilan Resiko	Proaktif
Inovatif	1,000					
JU	0,356	1,000				
OK	0,915	0,446	0,900			
PU	0,599	0,191	0,614	0,844		
Pengambilan Resiko	0,792	0,473	0,954	0,612	0,910	
Proaktif	0,895	0,394	0,957	0,530	0,839	0,983

### 9. Tabel Korelasi Variabel Laten

	Inovatif	JU	OK	PU	Pengambilan Resiko	Proaktif
Inovatif	1,000					
JU	0,356	1,000				
OK	0,915	0,446	0,900			
PU	0,599	0,191	0,614	0,844		
Pengambilan Resiko	0,792	0,473	0,954	0,612	0,910	
Proaktif	0,895	0,394	0,957	0,530	0,839	0,983

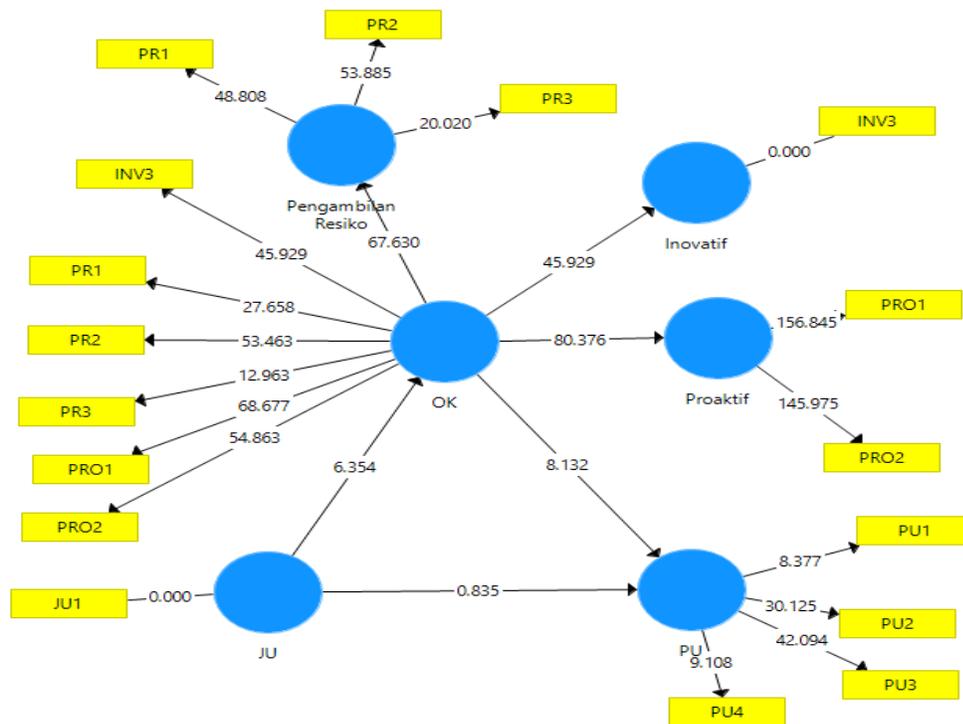
### 10. Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Inovatif	1,000	1,000	1,000
JU	1,000	1,000	1,000
OK	0,953	0,956	0,962
PU	0,864	0,893	0,908
Pengambilan Resiko	0,897	0,901	0,936
Proaktif	0,965	0,965	0,983

### 11. Tabel R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Inovatif	0,838	0,835
OK	0,199	0,185
PU	0,385	0,363
Pengambilan Resiko	0,910	0,908
Proaktif	0,915	0,914

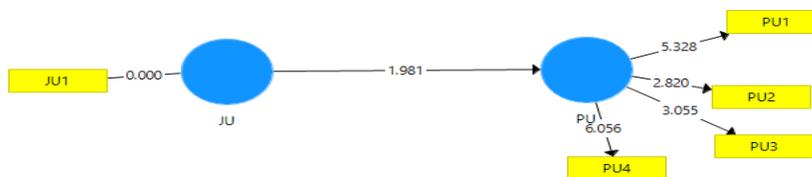
### 12. Gambar Uji Hipotesis



### 13. Tabel Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
JU -> OK	0,446	0,452	0,070	6,354	0,000
JU -> PU	-0,103	-0,105	0,124	0,835	0,202
OK -> Inovatif	0,915	0,916	0,020	45,929	0,000
OK -> PU	0,660	0,665	0,081	8,132	0,000
OK -> Pengambilan Resiko	0,954	0,955	0,014	67,630	0,000
OK -> Proaktif	0,957	0,957	0,012	80,376	0,000

### 14. Gambar Uji Hipotesis



### 15. Tabel uji hipotesis (Efek Mediasi)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
JU -> PU	0,255	0,260	0,129	1,981	0,024

## Lampiran 5

### Foto Tenun Unggan

#### a. Gambar Sentra Tenun Songket Unggan



b. Gambar Alat Tenun (*Palanta*)



c. Gambar Alat Pemintalan Benang Tenun



d. Gambar Motif Tenun



Gambar songket Unggan motif Unggan Saribu Bukik harga Rp 1.700.000



Gambar kain tenun dengan harga Rp 350.000



Gambar kain tenun motif lansek manih



Gambar kain tenun motif bunga rose

ORIGINALITY REPORT

% **19**  
SIMILARITY INDEX

% **8**  
INTERNET SOURCES

% **5**  
PUBLICATIONS

% **21**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>Submitted to Universitas Andalas</b> Student Paper	<b>%15</b>
<b>2</b>	<b>journals.sagepub.com</b> Internet Source	<b>%1</b>
<b>3</b>	<b>scholar.unand.ac.id</b> Internet Source	<b>%1</b>
<b>4</b>	<b>www.mcser.org</b> Internet Source	<b>%1</b>
<b>5</b>	<b>library.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>%1</b>
<b>6</b>	<b>repository.usu.ac.id</b> Internet Source	<b>%1</b>

EXCLUDE QUOTES	OFF	
	EXCLUDE MATCHES	< 1%
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	ON	





**PENETAPAN ANGKA KREDIT KEGIATAN**

Nama / NIM : **LENI PUTRI/ 1510551033**  
 Jurusan : Manajemen Payakumbuh  
 Fakultas : Ekonomi

No.	Bidang	Nilai
A.	Penalaran	91
B.	Minat dan Bakat	0
C.	Pengabdian kepada Masyarakat	0
	<b>Jumlah</b>	<b>91</b>

*Kurang Aktif*

**KRITERIA PENILAIAN**

Angka Kredit	Kriteria
> 300	Sangat Aktif
201 - 300	Aktif
101 - 200	Cukup Aktif
50 - 100	Kurang Aktif