

PENGARUH PROFIL WIRAUSAHAWAN DAN PERENCANAAN USAHA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PELAKU USAHA DI KANTIN UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

Tony Susilo Wibowo

Email: tonsus_sw@yahoo.com

(Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan usaha yang banyak dilakukan oleh para pelaku usaha pemula, yang sudah terbukti tahan terhadap krisis ekonomi, oleh karenanya memerlukan dukungan dari pemerintah dari sisi permodalan dan pengelolaan usaha khususnya dalam menghadapi era MEA. Penelitian ini menggunakan variabel bebas profil wirausahawan yang merupakan modal utama untuk berwirausaha serta perencanaan usaha yang merupakan sebuah langkah awal dalam berwirausaha yang dikaitkan dengan variabel tak bebas volume penjualan, dimana volume tersebut akan menggambarkan perkembangan usaha. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan dan mengetahui pengaruh profil wirausahawan dan perencanaan usaha terhadap volume penjualan yang dilakukan pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya. Analisis menggunakan regresi linier multipel dengan sampel jenuh, yaitu semua pelaku usaha. Hasil dari pengujian yang dilakukan, yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji deskriptif dan uji regresi, diketahui bahwa profil wirausahawan dan perencanaan usaha mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan dengan nilai sebesar 60,3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa profil wirausahawan dan perencanaan memegang peranan penting dalam keberlanjutan usaha meski dalam lingkup usaha mikro kecil dan menengah.

Kata kunci: profil wirausahawan, perencanaan usaha, volume penjualan.

Pendahuluan

Latar Belakang

Dalam menghadapi era MEA, Indonesia perlu mempersiapkan diri dari segala bidang, salah satunya dari sektor UMKM. Sektor UMKM adalah salah satu sektor usaha yang mempunyai sumbangan besar dalam menggerakkan perekonomian suatu daerah. Sesuai dengan data Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur pada Tahun 2013, terdapat 95,72% usaha mikro, kemudian dari sisi skala usaha terdapat 6.533.694 usaha mikro, sedangkan dari sektor UMKM maka terdapat 1.720.042 pada sektor perdagangan, hotel dan restoran dengan prosentase 60,25% pada sektor tersebut.

Dari data diatas diketahui bahwa sektor UMKM khususnya bidang kuliner mempunyai peran yang signifikan dalam menggerakkan perekonomian sebuah wilayah, akan tetapi besarnya jumlah UMKM tersebut tidak semua diikuti oleh kemampuan

sumber daya manusia dan perencanaan usaha yang memadai. Dalam hal ini adalah SDM yang mempunyai kompetensi dan kemampuan dari sisi wirausaha dan dari sisi keterampilan teknis kuliner. Data Tahun 2014 terdapat 69 Universitas di Kota Surabaya, tetapi hanya beberapa saja yang mempunyai Program Studi khusus wirausaha dan kuliner, meski saat ini banyak Universitas di Surabaya yang mempunyai visi dan misi yang mengedepankan wirausaha, tetapi luaran universitas tersebut tidak akan langsung memberi dampak yang signifikan pada jumlah UMKM yang dikelola oleh individu yang mempunyai kompetensi dan kemampuan di bidangnya.

Dengan kondisi perekonomian yang semakin ketat diperlukan UMKM yang mampu bersaing dan berkembang serta dengan jumlah UMKM yang begitu banyak seharusnya juga diikuti oleh kemampuan pengelolaan dan perencanaan yang memadai,

sehingga masalah-masalah, khususnya yang berkaitan dengan kemampuan sumber daya manusia dan lemahnya perencanaan yang sering dihadapi UMKM seperti perencanaan awal, kreativitas, kemampuan mengelola keuangan dan manajerial, pengembangan produk, kemampuan melayani dengan baik dan permasalahan lain tidak selalu muncul, sehingga jumlah UMKM yang produktif semakin bertambah.

Dari berbagai permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk mendeskripsikan beberapa hal yang berkaitan dengan profil wirausahawan dan perencanaan usaha terhadap volume penjualan pada pelaku usaha di kantin Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana profil wirausahawan dan perencanaan usaha pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya.
2. Apakah profil wirausahawan dan perencanaan usaha berpengaruh terhadap volume penjualan pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya.

Tujuan Penelitian

1. Mendiskripsikan profil wirausahawan dan perencanaan usaha pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya.
2. Menganalisis profil wirausahawan dan perencanaan usaha terhadap volume penjualan pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya.

Kontribusi Penelitian

Bagi para pelaku usaha dapat digunakan sebagai pertimbangan dan alternatif pengambilan keputusan dalam meningkatkan kompetensi serta keuntungan usaha sehingga usaha mereka dapat berkembang.

Luaran Penelitian

Penelitian ini mempunyai luaran berupa artikel di jurnal lokal dengan ISSN dalam hal ini adalah Majalah Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Jose Sanches (2012) yang berjudul *The Influence of Entrepreneurial Competencies on Small Firm Performance*, yang dimuat pada Jurnal Internasional Revista Latinoamericana de Psicología. Penelitian tersebut

mengungkapkan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung antara kompetensi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan, lingkungan kompetitif dan kapabilitas organisasi. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa hipotesis yang dikemukakan sebagian besar telah dicapai, dalam hal ini terindikasi kompetensi kewirausahaan mempunyai peran penting dalam kapabilitas organisasi dan lingkungan kompetitif, dan juga mempunyai dampak langsung pada kinerja perusahaan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Hardeep Kaur dan Anupama Bains (2013) yang mengemukakan bahwa kompetensi kewirausahaan terdiri dari beberapa hal, yang kemudian menjadi parameter penelitian, beberapa kompetensi tersebut diantaranya adalah kompetensi strategi, kompetensi komitmen, kompetensi konseptual, kompetensi peluang, kompetensi hubungan dengan sesama, kompetensi pengorganisasian, kompetensi pembelajaran, kompetensi pribadi, kompetensi teknis, kompetensi tanggungjawab sosial, kompetensi kekeluargaan dan kompetensi etis. Selanjutnya penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kompetensi yang harus dimiliki oleh pelaku usaha harus bermacam-macam karena mempunyai peran yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi dan situasi yang akan dihadapi sehingga perusahaan dapat berkembang dengan baik.

Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang digunakan, yaitu profil wirausahawan yang dapat disebut juga kompetensi kewirausahaan, akan tetapi terdapat perbedaan yang sangat mendasar dari objek, waktu, tempat, teknik analisis dan konsep lain yang digunakan, sehingga dapat dipastikan hasil kedua penelitian tersebut akan sangat berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan.

Karakteristik Wirausahawan

Wirausahawan dapat didefinisikan sebagai orang yang bertanggungjawab dalam menyusun, mengelola, dan mengukur risiko suatu usaha bisnis (Suryana, 2006). Pengertian lain dari wirausahawan adalah pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi, ia berani mengambil risiko untuk mulai mengelola bisnis demi mendapatkan laba. (Machfoedz dan Machfoedz, 2006). Pendapat lain mengatakan wirausahawan adalah mereka yang mampu mengubah kotoran dan rongsokan menjadi emas (Ciputra, 2009).

Dari berbagai pengertian diatas dapat ditarik benang merah bahwa seorang wirausahawan adalah mereka yang mengetahui dan mempunyai kemampuan dalam kepemimpinan, serta mempunyai rasa percaya diri, pemikiran kreatif dan keinginan untuk terus maju. Wirausahawan harus mampu mengembangkan produknya dan memasarkannya dengan strategi pemasaran sedemikian rupa sehingga produk tersebut mampu diserap pasar. Dengan kata lain seorang yang mempunyai karakteristik wirausahawan harus mampu mengelola usaha mereka dengan berbagai cara serta mampu pula untuk mengendalikan anggota organisasi dengan baik untuk mencapai tujuan.

Profil Wirausahawan

Profil wirausahawan yang disebut oleh beberapa pakar lain kompetensi kewirausahaan tidak lepas dari pengertian kewirausahaan, yang salah satunya

dikemukakan oleh Kasmir (2007) yang mengartikan wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bersikap mandiri dan berani untuk memulai usaha, sehingga mereka bisa mengatasi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Sedangkan Ciputra (2009) mengartikan wirausahawan adalah seseorang yang mampu mengubah kotoran dan rongsokan menjadi emas. Sedangkan Suryana (2006) mengatakan bahwa kompetensi kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengelola usaha melalui fungsi – fungsi manajerial serta dapat menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif.

Pada banyak kegiatan wirausaha yang ada di masyarakat Indonesia sering dimulai dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sehingga pelaku usaha tersebut akan berperan sebagai pemilik, manajer dan karyawan sekaligus, sehingga mereka harus dapat melakukan multi peran dalam berwirausaha pada banyak kegiatan yang mereka lakukan diantaranya adalah fungsi – fungsi dasar manajemen yaitu merencanakan, melaksanakan dan mengelola serta mengawasi kegiatan, dengan kata lain pelaku usaha akan terlibat langsung dalam kegiatan sehari – hari meski mereka banyak dibantu oleh karyawan.

Indikator Profil Wirausahawan

Berkaitan dengan karakteristik yang harus dimiliki oleh wirausahawan, maka individu tersebut harus mempunyai profil wirausahawan untuk mendukung keberhasilan dalam mencapai tujuan. Menurut Machfoedz dan Machfoedz (2006), profil wirausahawan adalah kepribadian dan ciri-ciri karakter seorang wirausahawan yang tercermin dari beberapa hal berikut.

a. Mengejar Prestasi.

Perilaku yang lebih memilih bekerja dengan pakar ketika menghadapi problema dan cenderung untuk berpikir cermat serta berfokus pada visi jangka panjang tentang bisnis.

b. Berani mengambil risiko.

Dalam setiap kesempatan individu dengan karakter wirausahawan akan senantiasa menghindari risiko tinggi dan dapat mengukur risiko sehingga prestasi yang diraih jika mereka bersedia menerima risiko sebagai konsekuensi tercapainya tujuan.

c. Mampu memecahkan permasalahan.

Wirausahawan adalah mereka yang mampu mengidentifikasi permasalahan yang perlu diatasi serta mempunyai alternatif solusi yang dapat digunakan berdasarkan alasan yang rasional.

d. Rendah hati.

Wirausahawan mendapatkan kepuasan dari keberhasilan mereka mengelola usaha dan dengan keberhasilan tersebut kemungkinan akan mendatangkan pujian, tetapi itu bukan alasan untuk cepat puas, bahkan sebagai penyemangat untuk bekerja lebih keras serta menjaga kepercayaan rekan bisnis.

e. Bersemangat.

Wirausahawan secara fisik senantiasa tampak sehat dan selalu penuh gairah karena mereka harus mengelola usaha dengan jam kerja melebihi rata-rata jam kerja orang lain serta lingkup pekerjaan yang bermacam-macam sehingga akan membutuhkan ketahanan fisik.

f. Memiliki rasa percaya diri.

Wirausahawan adalah orang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi sehingga pemikiran dan tindakan mereka akan mampu mengubah kejadian dan keadaan yang mereka hadapi untuk menjadi

lebih baik, sehingga menjadi dorongan untuk mencapai prestasi dan kesuksesan.

g. Menghindari sifat cengeng

Wirausahawan senantiasa menghindari sifat cengeng dalam membentuk pribadi mandiri sehingga sering kali mengalami kesulitan dalam membentuk ikatan emosional yang kental dengan konsekuensi kurang terjalannya hubungan akrab dengan teman atau keluarga karena lebih mengutamakan pekerjaan.

h. Mencari kepuasan diri

Wirausahawan termotivasi oleh kebutuhan mewujudkan prestasi diri sehingga terkadang tidak terakomodasi oleh struktur sebuah organisasi sehingga mereka umumnya mengalami kesulitan apabila bekerja di perusahaan besar.

Perencanaan Usaha

Dalam fungsi manajemen, perencanaan merupakan awal dari segala kegiatan yang akan dilakukan. Perencanaan adalah sebuah proses yang dimulai dari penetapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi. (Robbins dan Coulter, 2004). Pakar lain mengatakan bahwa perencanaan adalah suatu proses mengembangkan tujuan-tujuan perusahaan serta memilih serangkaian tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. (Welsch, Hilton dan Gordon dalam Solihin, 2012). Lebih lanjut dapat dijabarkan perencanaan tersebut mencakup penetapan tujuan, pengembangan alternatif penyelesaian, pemilihan arah untuk mencapai tujuan, kemudian dapat dilakukan perumusan aktivitas yang diperlukan agar dapat dilaksanakan. Sedangkan usaha, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah

kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. Dari pengertian diatas, dapat ditarik benang merah perencanaan usaha adalah suatu proses penetapan kegiatan awal yang menjadi panduan pelaksanaan kegiatan manajerial dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

Indikator Perencanaan Usaha.

Dari pengertian perencanaan usaha diatas dapat dipahami bahwa suatu perencanaan usaha merupakan langkah awal yang dapat dijadikan pijakan, khususnya dalam pengelolaan perusahaan dan fungsi-fungsi manajemen, sehingga dapat dijabarkan indikator perencanaan usaha meliputi:

a. Perencanaan operasional

Operasi dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang mengolah faktor-faktor produksi untuk menciptakan produk (barang dan jasa) agar bernilai tambah melalui proses transformasi. (Kosasih, 2009). Lebih lanjut dapat dijelaskan, perencanaan operasional merupakan upaya penentuan langkah – langkah awal dalam menjalankan usaha agar dapat menghasilkan produk melalui pengolahan sedemikian rupa sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.

b. Perencanaan keuangan

Merupakan upaya penetapan langkah – langkah yang akan dilakukan dikemudian hari dalam bidang keuangan, terutama dalam kaitan dengan pengambilan keputusan terkait pendanaan usaha serta penyusunan anggaran pada perusahaan yang didalamnya terdapat proses pemilihan sumber dana yang akan digunakan investasi dan pemilihan sumber dana paling efisien.

c. Perencanaan pemasaran.

Menurut *American Marketing Association* (dalam Kotler dan Keller, 2004) pemasaran adalah proses perencanaan dan penerapan konsepsi, penetapan harga dan distribusi barang, jasa dan ide untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi tujuan individu atau organisasi. Lebih lanjut, perencanaan pemasaran merupakan upaya penetapan langkah-langkah yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat dimana didalamnya terdapat bauran pemasaran yang meliputi produk, tempat, harga dan promosi sehingga produk dapat diserap oleh pasar.

Volume Penjualan

Merupakan kegiatan menjual produk (barang atau jasa) pada sebuah perusahaan guna memenuhi kebutuhan pasar untuk menutup biaya produksi dan memperoleh laba atau keuntungan sehingga perusahaan dapat berkembang. Menurut Rangkuti (2009) volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Semakin besar volume penjualan, maka semakin besar kemungkinan perusahaan memperoleh keuntungan.

Indikator Volume Penjualan.

- a. Mencapai volume penjualan. Merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk menjual produk yang dihasilkan kepada masyarakat dalam satuan tertentu.
- b. Mendapatkan laba. Adalah usaha yang dilakukan perusahaan dalam kegiatan penjualan dengan mengurangi harga pokok produksi dengan biaya produksi, yang

- dirupakan dalam bentuk rupiah dalam satu periode waktu tertentu.
- c. Pertumbuhan perusahaan. Adalah penambahan aset dan keuntungan dalam satu periode waktu.

Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan kajian teori yang dikemukakan sebelumnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini mengacu pada rumusan masalah yang menyangkut hubungan kausal antara variabel bebas dengan variabel terikat. Disamping itu juga didasarkan atas diskripsi teoritik dan kerangka konseptual. Oleh karena itu hipotesis kerja yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan Profil wirausahawan dan Perencanaan usaha terhadap volume penjualan pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya.
2. Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan profil wirausahawan dan perencanaan usaha terhadap volume penjualan pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis beberapa hal seperti di bawah ini.

1. Mendiskripsikan profil wirausahawan dan perencanaan usaha pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya.
2. Menganalisis profil wirausahawan dan perencanaan usaha terhadap volume penjualan pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya.

Manfaat Penelitian

Selanjutnya manfaat penelitian yang dikemukakan adalah seperti di bawah ini.

1. Memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan kepada pemilik usaha tentang bagaimana suatu profil wirausaha dan perencanaan usaha serta pengaruhnya terhadap volume penjualan sehingga pelaku usaha dapat mengambil keputusan yang tepat sebagai referensi pengembangan usaha.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku usaha lainnya dalam pengelolaan dan pengembangan usaha baik yang sejenis maupun tidak, sehingga mereka mempunyai berbagai alternatif dalam mengelola usaha.

Metode Penelitian

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mendiskripsikan fakta-fakta atau karakteristik suatu populasi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang profil wirausahawan, perencanaan usaha dan volume penjualan pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya. Lebih lanjut, variabel profil wirausahawan dan perencanaan usaha serta volume penjualan akan dijabarkan dengan masing-masing indikator.

Populasi dan Sampel

Dengan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang menyewa tempat di kantin Unipa Surabaya, baik di kampus Ngagel maupun Menanggal. Sedangkan sampel yang digunakan sesuai dengan jumlah populasi yaitu 17 pelaku usaha sehingga dapat dikatakan sampel jenuh.

Definisi Operasional Variabel

- a. Profil wirausahawan adalah kepribadian dan ciri-ciri karakter seorang pelaku usaha yang mana tercermin dalam setiap tindakan dan

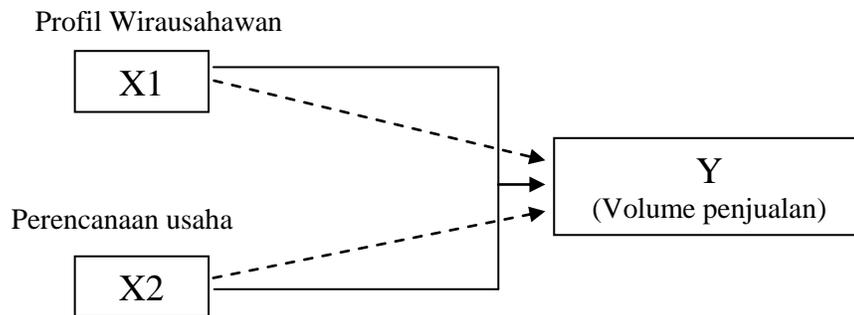
perbuatan mereka dalam melakukan usaha dengan mengedepankan sikap tertentu sebagai indikator, yaitu mengejar prestasi, berani mengambil risiko, mampu memecahkan permasalahan, rendah hati, bersemangat, memiliki rasa percaya diri, menghindari sifat cengeng, mencari kepuasan diri.

- b. Perencanaan usaha adalah adalah sebuah proses yang dimulai dari penetapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara

menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi dengan indikator perencanaan operasional, perencanaan keuangan dan perencanaan pemasaran.

- c. Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk dengan indikator mencapai volume penjualan, mendapatkan laba dan pertumbuhan perusahaan.

Desain Penelitian



Metode Pengumpulan Data dan Instrumentasi

- a. Angket dan Kuesioner
 Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan sikap dan karakter kewirausahaan dan perencanaan usaha yang tercermin pada perilaku pelaku usaha di kantin Unipa. Sehingga alat pengumpul data yang digunakan yaitu kuisisioner (angket) dengan menggunakan skala sikap.

Berkaitan dengan permasalahan penelitian yang telah dikemukakan, maka jenis angket yang akan digunakan adalah angket tertutup. Alternatif jawaban yang ditawarkan adalah 4 jawaban dengan menggunakan skala Likert, dimana alternatif jawaban disusun secara bertingkat sesuai skornya.

Adapun rentang penilaian yang digunakan adalah:

Tabel 3.1 Pedoman penyekoran

No	Kriteria Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat tidak setuju	1

b. Instrumentasi

1) Angket profil wirausahawan

Angket profil wirausahawan diambil dan dijabarkan dari konsep yang digunakan dan dikaitkan dengan indikator yang digunakan yaitu mengejar prestasi, berani mengambil risiko, mampu memecahkan permasalahan, rendah hati, bersemangat, memiliki rasa percaya diri, menghindari sifat cengeng, mencari kepuasan diri

2) Angket perencanaan usaha

Angket perencanaan usaha dijabarkan dari konsep perencanaan usaha dengan indikator perencanaan operasional, perencanaan keuangan dan perencanaan pemasaran.

3) Angket volume penjualan

Angket volume penjualan dijabarkan dari konsep volume penjualan yang terdiri dari 3 indikator yaitu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba dan pertumbuhan perusahaan.

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Validitas

Validitas atau kesahihan adalah ketepatan suatu alat ukur atau tes untuk mengukur apa yang diukur. Kesahihan butir diuji dengan menggunakan pendekatan *Internal Validity* dengan cara menghitung skor masing-masing butir pernyataan dengan skor total (keseluruhan butir pernyataan). Nilai *corrected item total correlation* dinyatakan valid jika lebih dari t tabel sebesar 0,2407.

b. Reliabilitas

Dalam penelitian ini untuk mengetahui reliabilitas setiap variabel yang diteliti,

di ukur dengan metode Alpha Cronbach dengan rumus: Koefisien alpha yang ketentuannya apabila koefisien korelasi alpha lebih besar dari 0,60 dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan adalah reliabel.

Analisis Data

a. Analisis statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau mendiskripsikan data yang diperoleh, dan menemukan nilai-nilai yang diperlukan dalam analisis statistik inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab permasalahan pertama yaitu “Bagaimana profil wirausahawan, perencanaan usaha dan volume penjualan pada pelaku usaha di kantin Unipa Surabaya?”. Adapun dasar analisis rata-rata nilai dengan rentang (rank) nilai per butir pernyataan antara 1-4, maka ditetapkan dengan skala nilai, apabila rata-rata nilai aspek dan variabel <1.75 = sangat tidak setuju, $1.76-2.50$ = tidak setuju, $2.51-3.25$ = setuju, $3.26-4$ = sangat setuju.

Dalam analisis deskriptif ini cara penyajian yang digunakan adalah:

1) Mean (rata-rata)

Untuk mengetahui keadaan pemusatan jawaban tiap responden.

2) Persentase

Untuk mengetahui banyaknya responden dalam tiap kategori.

b. Analisis statistik inferensial

Analisis statistik inferensial yang digunakan adalah regresi linier multipel (*multiple linier regression*). Persamaan regresi sehubungan dengan variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut.

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

Keterangan:

Y	= volume penjualan
a_0	= konstanta
$b_1 - b_3$	= koefisien regresi
X_1	= profil wirausahawan
X_2	= perencanaan usaha
e_i	= variabel pengganggu

Uji Hipotesis

Setelah hasil analisis regresi diketahui, maka langkah selanjutnya menguji hipotesis dengan tingkat signifikansi alpha 5% ($\alpha =$

0,05). Analisis regresi ini digunakan untuk menguji hipotesis.

Persamaan regresi multipel yang akan dicapai:

$$Y = a_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 jika signifikansi F sama atau lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis nihil ditolak, sebaliknya bila nilai F sama atau lebih besar dari 0,05 maka

hipotesis nihil yang diajukan diterima. Untuk menguji apakah harga koefisien korelasi ganda signifikan atau tidak digunakan rumus uji F sebagai berikut.

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_{reg}	= Harga F garis regresi
N	= banyaknya sampel
m	= banyaknya prediktor
R	= koefisien korelasi ganda antara kriterium (Y) dengan Prediktor

Uji Persyaratan Analisis

- Uji Normalitas
- Uji Linieritas
- Uji Multikolinier
- Uji Heterokedastisitas
- Uji Autokorelasi

validitas dan reliabilitas instrumen, yang dilakukan dengan menguji coba instrumen kepada 18 mahasiswa yang mempunyai usaha atau mulai merintis usaha. Langkah selanjutnya apabila hasil uji coba instrumen tersebut ditemukan pertanyaan kuesioner dengan nilai total korelasi (r) kurang dari 0,250 maka item pertanyaan itu akan dihapus. Pada saat dilakukan uji coba instrumen ini ternyata ditemukan butir pertanyaan dengan nilai total korelasi (r) kurang dari 0,250 sehingga butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid dan dihapus, kemudian setelah hasilnya diketahui maka

Hasil dan Pembahasan

Pada laporan akhir ini, penelitian sudah melakukan pengolahan data dan membahas segala sesuatu yang terkait di dalamnya. Beberapa tahap pendahuluan telah dilakukan peneliti sebagai syarat untuk melakukan olah data, tahapan-tahapan tersebut antara lain uji

dilakukan uji asumsi klasik regresi yang kemudian dilanjutkan dengan uji regresi. Berikut adalah penjelasan tentang hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen.

Uji Coba Instrumen.

1. Uji Validitas

- a. Variabel Profil Wirausahawan
Pada variabel profil wirausahawan terdapat 8 indikator yang kemudian dijabarkan menjadi 24 pertanyaan yang diajukan kepada responden uji. Dari semua pertanyaan tersebut sebagian besar mempunyai nilai *pearson correlation* lebih dari 0,200 akan tetapi terdapat beberapa yang mempunyai nilai kurang dari 0,200 seperti pada pertanyaan ke 10 dengan nilai 0,114.
- b. Variabel Perencanaan Usaha
Selanjutnya pada variabel perencanaan usaha terdapat 9 pertanyaan dengan 3 indikator.

Pada 9 pertanyaan tersebut setelah dilakukan uji coba maka diketahui terdapat 1 pertanyaan dengan nilai *pearson correlation* kurang dari 0,200 yaitu pada item nomor 28 dengan nilai -0,162

- c. Variabel Volume Penjualan
Pada variabel volume penjualan, juga terdapat 9 pertanyaan dengan 3 indikator. Sembilan pertanyaan tersebut, setelah dilakukan uji validitas maka diketahui terdapat nilai kurang dari standar 0,200 yaitu pada item nomor 34 dengan nilai korelasi 0,124 yang diikuti dengan item pertanyaan 40 dengan nilai korelasi -0,318.

2. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas menggunakan program SPSS 20, diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,963 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai reliabilitas adalah sempurna.

Tabel 5.2. Tabel hasil uji reliabilitas.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,963	42

Uji Deskriptif

Pada uji deskriptif akan diketahui persentase jawaban responden dari kuesioner yang dibagikan. Pada uji ini pembahasan akan dibagi setiap indikator yang terdiri 2 sampai 3 item pertanyaan setelah item dikurangi karena tidak valid.

Uji Regresi Linier Berganda

Pada uji analisis menggunakan regresi linier multipel diketahui hasil-hasil pengujian yang menunjukkan nilai keterpengaruhannya antara variabel bebas dan variabel terikat yang terdiri dari Profil Wirausahawan (X_1), Perencanaan Usaha (X_2) terhadap variabel terikat Volume Penjualan (Y), maka digunakan analisis model regresi linier berganda dengan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

Keterangan:

Y = volume penjualan
 a_0 = konstanta

$b_1 - b_3$	= koefisien regresi
X_1	= profil wirausahawan
X_2	= perencanaan usaha
e_i	= variabel pengganggu

Pada hasil pengujian regresi linier multipel yang dilakukan dengan program

SPSS 20 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 4,714 - 0,191X_1 + 0,069X_2$$

Persamaan regresi tersebut menjelaskan bahwa variabel profil wirausahawan dan perencanaan usaha mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan. Lebih lanjut dapat diterangkan sebagai berikut.

a. Nilai konstantan = 4,714

Nilai tersebut menggambarkan bahwa apabila variabel profil wirausahawan dan perencanaan usaha dalam kondisi tetap atau konstan, maka volume penjualan sebesar 4,714 satuan.

b. Nilai $\beta_1 = -0,191$

Nilai β_1 menunjukkan nilai -0,191 dan mempunyai tanda koefisien regresi negatif, maka hal tersebut menunjukkan tidak adanya pengaruh yang searah antara variabel profil wirausahawan dengan

volume penjualan, yang dapat diartikan bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel perencanaan usaha sebanyak 1 satuan maka profil wirausahawan akan mengalami peningkatan sebesar - 0,191 satuan.

c. Nilai $\beta_2 = 0,069$

Nilai β_2 sebesar 0,069 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif maka menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel perencanaan usaha dengan volume penjualan, yang artinya apabila terjadi penambahan pada variabel perencanaan usaha maka volume penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 0,069 satuan.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,714	2,132		2,212	,043		
	VarX ₁	-,191	,320	-,159	-,597	,559	,903	1,108
	VarX ₂	,069	,324	,057	,212	,835	,903	1,108

a. Dependent Variable: VarY

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,603 ^a	,363	,335	,721	1,879

a. Predictors: (Constant), VarX2, VarX1

b. Dependent Variable: VarY

Diskusi Hasil Penelitian

Pada uji deskriptis yang telah dilakukan, diketahui pada variabel profil wirausahawan dengan indikator mengejar prestasi, sebagian besar responden menyatakan 55,6 persen setuju. Hal ini mencerminkan para pelaku usaha telah mengetahui upaya pengembangan usaha dan sesuai dengan karakter seorang wirausahawan. Selanjutnya pada indikator berani mengambil resiko diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju, yaitu sebesar 55,6 persen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelaku usaha kurang berani mengambil risiko usaha. Beberapa kemungkinan yang menyebabkan hal ini karena mereka kurang menguasai kondisi dan situasi pasar, sehingga pemahaman pasar kecil yang menyebabkan tingkat pengambilan risiko rendah. Pada indikator ketiga yaitu mampu memecahkan masalah, sebagian responden, yaitu 60 persen menyatakan setuju, yang berarti beberapa pelaku usaha mempunyai kemampuan untuk memecahkan berbagai permasalahan yang dihadapi. Pada indikator rendah hati diketahui bahwa responden menjawab setuju sebesar 88,9 persen dan sangat setuju sebesar 5,6 persen. Dari persentase jawaban tersebut diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha mempunyai karakter rendah hati yang mencerminkan keterbukaan terhadap orang asing yang mengarah pada karakter yang dimiliki seorang wirausahawan. Indikator berikutnya

adalah bersemangat, dengan jumlah setuju sebesar 77,8 persen yang mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah menjalankan usahanya dengan semangat. Pembahasan berikutnya pada indikator rasa percaya diri. Sebagian besar responden atau 83,3 menyatakan rasa percaya dirinya, sehingga dari perilaku pelaku usaha dapat dipastikan bahwa mereka menjalankan usaha dengan keyakinan yang tinggi. Pada indikator menghindari sifat cengeng, diperoleh persentase yang sama yaitu 83,3 persen, sehingga sebagian besar pelaku usaha sudah terbukti ketabahan dalam menjalankan usaha dan mempunyai sifat *survive* yang tinggi. Indikator terakhir dalam variabel profil wirausahawan adalah mencari kepuasan diri yang mempunyai persentase setuju dan sangat setuju sebesar 41,78 persen yang dapat diartikan bahwa lebih banyak responden atau pelaku usaha yang belum mencari kepuasan diri pada usaha yang dilakukan.

Selanjutnya variabel kedua yaitu perencanaan usaha dengan indikator perencanaan operasional, dimana pernyataan setuju sejumlah 50 persen dan sangat setuju 22,2 persen. Dari persentase tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah melakukan perencanaan usaha, hal ini mencerminkan bahwa pelaku usaha menyadari bahwa perencanaan merupakan hal penting untuk melakukan suatu kegiatan. Pada indikator berikutnya yaitu perencanaan keuangan,

pelaku usaha lebih banyak memilih jawaban setuju sebesar 55,6 persen dan 11,1 setuju, sehingga pelaku usaha telah sadar akan perencanaan keuangan, dimana keuangan merupakan salah satu indikator penting keberhasilan usaha. Selanjutnya perencanaan pemasaran merupakan indikator yang ketiga dari variabel perencanaan usaha. Dalam hal ini pelaku usaha sejumlah 16,7 persen menyatakan setuju dan 16,7 persen menyatakan sangat setuju. Dari kondisi tersebut diketahui bahwa pelaku usaha belum terlalu memikirkan pemasaran sehingga dalam upaya memasarkan produk belum terlalu dipikirkan.

Pembahasan berikutnya pada variabel volume penjualan dimana terdapat tiga indikator yaitu volume penjualan, mendapatkan laba dan pertumbuhan perusahaan. Pada indikator volume penjualan terdapat 27,8 jawaban responden setuju dan menyatakan bahwa volume penjualan mereka mengalami peningkatan serta 16,7 persen sangat setuju dengan mengalami hal yang sama, akan tetapi masih terdapat 55,5 persen yang tidak mengalami peningkatan volume penjualan. Sedangkan indikator

mendapatkan laba, jawaban setuju dipilih oleh 55,6 persen responden, sehingga dapat dikatakan tujuan usaha tercapai dan terdapat 22,2 persen responden yang menyatakan sangat setuju, sehingga hanya terdapat 22,2 persen yang tidak mengalami laba ketika menjalankan usaha, akan tetapi tidak dapat dikatakan rugi karena keterbatasan waktu penelitian. Pada indikator yang ketiga yaitu pertumbuhan perusahaan terdapat 44,4 persen setuju dan 11,1 persen sangat setuju sehingga sebagian pelaku usaha mengalami pertumbuhan usaha dari waktu ke waktu.

Pengujian Hipotesis

Pada uji regresi berganda, dapat dijelaskan bahwa terjadi pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y dimana terdapat nilai R sebesar 60,3 persen sehingga dapat dikatakan variabel X mempunyai pengaruh sebesar 60,3 persen terhadap Y, sedangkan sisanya 39,7 persen merupakan pengaruh diluar variabel X yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Berikut adalah tabel pengujian regresi.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,603 ^a	,363	,335	,721	1,879

a. Predictors: (Constant), VarX2, VarX1

b. Dependent Variable: VarY

Simpulan dan Saran

Setelah beberapa pengujian dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian pengaruh profil wirausahawan dan perencanaan usaha terhadap volume penjualan adalah sebagai berikut.

- Profil wirausahawan mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan para pelaku usaha di Kantin Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Hal tersebut dapat dijelaskan karena seseorang yang mempunyai profil wirausahawan adalah orang yang mempunyai keterampilan

- dalam mengelola organisasi, meski organisasi tersebut bukan dalam skala besar. Kemampuan tersebut dapat diperoleh salah satunya dari pengalaman lapangan mereka selama menjadi pelaku usaha. Pengalaman tersebut membentuk karakter yang sesuai dengan teori profil wirausahawan sehingga ketika mereka menjalankan usaha diperoleh hasil yang sesuai keinginan, yang dalam hal ini mengalami peningkatan volume penjualan, meski tidak terjadi pada semua pelaku usaha.
- b. Perencanaan usaha mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan di Kantin Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Kondisi tersebut dapat dijelaskan bahwa untuk memulai sebuah usaha diperlukan sebuah perencanaan, sesuai dengan teori manajemen, yang terbukti bahwa perencanaan mempunyai peranan sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi. Perencanaan tersebut akan berdampak pada pelaksanaan. Pada gilirannya, pelaksanaan akan dapat dievaluasi ketercapaian yang telah dilakukan yang berimbas pada volume penjualan.
- a. Lebih banyak membuka pikiran dan memperbanyak relasi bisnis agar kemampuan sumber daya manusia, khususnya profil wirausahawan, sehingga menjadi lebih terasah dalam menghadapi tantangan. Alternatif lain dapat memanfaatkan saluran komunikasi untuk melakukan konsultasi kepada pihak-pihak terkait yang peduli seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya serta pihak universitas yang mempunyai banyak tenaga ahli dengan kompetensi di bidangnya.
 - b. Lebih menata dan merencanakan kegiatan usaha agar dapat mengantisipasi tantangan di masa yang akan datang. Perencanaan tersebut idealnya menggunakan kaidah ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan, sehingga hasilnya dapat diukur. Pada gilirannya pelaku usaha tidak hanya sekedar menjadi pedagang, tetapi dapat mengembangkan usaha dan menciptakan lapangan kerja, sehingga dapat mengangkat perekonomian.

Saran atas temuan data tersebut adalah sebagai berikut.

Daftar Pustaka

- Ciputra, 2009. *Ciputra Quantum Leap*. Jakarta, Elex Media Komputindo.
- Freddy Rangkuti, 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hardeep Kaur dan Anupama Bains, 2013. *Understanding The Concept Of Entrepreneur Competency*, Journal of Business Management & Social Sciences Research Volume 2 No 1, November 2013. p31-33.
- Jose Saches. 2012, *The Influence Of Entrepreneurial Competencies on Small Firm Performance*, Revista Latinoamericana de Psicología, Volume 44 No 2, 2012 p165-177.
- Ismail Solihin, 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz, 2006. *Kewirausahaan, Metode, Manajemen dan Implementasi*. Yogyakarta: BPF.

Tony Susilo Wibowo

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2004.
Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi
12, Jakarta:Indeks Grup Gramedia.

Stephen P Robbins & Mary Coulter, 2004.
Manajemen, Jakarta: Indeks Grup
Gramedia.

Sobarsa Kosasih, 2009. *Manajemen Operasi*
Bagian Pertama. Jakarta: Mitra
Wacana Media.

Suryana, 2006. *Kewirausahaan. Pedoman*
Praktis: Kiat dan Proses Menuju
Sukses. Jakarta:Salemba Empat.