

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, KESESUAIAN PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KINERJA USAHA
(Studi pada pengusaha jasa boga di Kota Solo tahun 2015)**

Riana Rachmawati Dewi
Staf Pengajar Universitas Islam Batik Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk dan kualitas layanan yang terdiri dari variabel bebas terhadap kinerja usaha pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan studi empiris pada industri jasa boga skala rumah tangga di kota Solo. Manfaat penelitian adalah sebagai bahan pertimbangan bagi pihak terkait untuk mengambil kebijakan dalam upaya untuk meningkatkan kinerja dan daya saing pada industri jasa boga. Populasi sekaligus sampel sebanyak 30 unit usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan menarik sejumlah sampel yang mewakili populasi. Metode analisis data yang dilakukan adalah analisis data kuantitatif. Untuk menjawab rumusan masalah digunakan analisis regresi linier berganda dan untuk membuktikan hipotesis penelitian digunakan uji t dan uji F. Hasil Penelitian ini adalah karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk, dan kualitas layanan secara partial berpengaruh terhadap kinerja usaha, dan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja usaha. Variabel karakteristik kewirausahaan dan kesesuaian produk lebih signifikan berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Kata kunci : Karakteristik Kewirausahaan, Kesesuaian Produk, Kualitas Layanan, Kinerja Usaha ,
UMKM

PENDAHULUAN

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian memegang peranan penting. Berdasarkan data UMKM tahun 2012 dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik bahwa sektor UMKM menyumbang sekitar 59.08% dari GDP Indonesia - sekitar 528.7 milyar USD dan menyerap 97.16% tenaga kerja - 107 juta tenaga kerja. Keberhasilan untuk bertahan dalam masa krisis tidak serta merta menjadikan UMKM mampu berkembang dengan baik. Banyak faktor yang mempengaruhi lambannya perkembangan usaha tersebut, antara lain perhatian dari pemerintah dan kalangan perbankan yang dirasakan masih kurang. Walaupun upaya-upaya untuk meningkatkan perhatian kepada UMKM sudah dilakukan, masih banyak pekerjaan rumah yang belum terselesaikan secara optimal (Solopos,2015).

UMKM mempunyai kontribusi penting dalam penciptaan lapangan pekerjaan, perdagangan, dan Produk Domestik Bruto (Sarwoko, dkk 2013). Data Kementrian Koperasi dan UMKM, saat ini jumlah UKM mencapai 56,5 juta dan 99,8% merupakan UMKM. Dengan jumlah yang besar maka UMKM mampu menyerap 97% tenaga kerja Indonesia dan jumlah ini akan diperkirakan terus meningkat setiap tahunnya (Republika.co.id)

Di Propinsi Jawa Tengah, khususnya di kota Solo tersebar berbagai sentra UKM seperti industri batik, daur ulang, dan industri kuliner. Industri kuliner merupakan bisnis yang tidak akan pernah mati dan akan selalu mengalami pertumbuhan. Banyak calon wirausaha yang melirik bisnis ini baik dengan sendiri maupun bekerjasama/franchise dengan pihak lain. Kota Solo merupakan kota yang pesat perkembangan perekonomiannya, hal ini dapat dilihat pada hotel selalu bertumbuh setiap tahunnya, rumah sakit, menjamurnya industri kuliner baik makanan tradisional Solo maupun khas daerah lain dan bahkan negara lain. Ada bisnis kuliner yang memasuki industri yang berskala rumah tangga/ skala kecil. Bisnis jenis ini tidak memerlukan skill khusus, ketrampilan yang spesifik, tempat yang luas dan dana yang besar. Pelaku bisnis ini kebanyakan wanita sebagai ibu rumah tangga yang

menjalankan tugas tambahan selain mengurus keluarga untuk menambah pendapatan. Bisnis kuliner yang berskala rumah tangga dikelola masih dengan manajemen keluarga. Industri ini masih tetap bertahan di tengah gejolak ekonomi sekarang di tahun 2015 yang semakin tidak menentu. Hal ini karena kebanyakan mempekerjakan keluarga sendiri, sudah mempunyai tempat usaha yang cukup luas, warisan dari keluarga, dan pangsa pasar yang sudah pasti. Usaha warung makan dan katering skala kecil dimungkinkan masuk dalam katagori jenis industri ini. Usaha ini sering dijumpai pada lingkungan yang padat penduduk, sekolah, dan perkantoran. Untuk lingkungan sekolah dan perkantoran dimungkinkan memesan katering untuk makan siang, atau makan di tempat. Untuk lingkungan yang padat penduduk biasanya dipesan untuk kegiatan kampung seperti arisan, syukuran, pernikahan.

Industri UMKM telah membuktikan bahwa mereka merupakan industri yang tangguh dan mampu bertahan melewati kondisi-kondisi sulit, yaitu krisis ekonomi. Hitt, Ireland dan Hoskisson (2001) menyebutkan bahwa keunggulan usaha kecil dibanding usaha besar adalah fleksibilitas, kecerdikan dan ketangkasan yang dimiliki oleh usaha kecil. Usaha kecil di Indonesia masih banyak mengalami kesulitan untuk dapat berkembang sehingga daya saingnya rendah. Riset terhadap usaha kecil dan mikro di Indonesia yang dilakukan oleh Smeru menunjukkan bahwa permasalahan utama yang banyak dihadapi pengusaha kecil dan mikro untuk dapat berkembang adalah kurangnya modal untuk mengembangkan usaha, hasil usaha mikro biasanya digunakan untuk menutup kebutuhan sehari-hari sehingga tujuan menambah modal sulit terpenuhi, pengusaha kecil dan mikro umumnya tidak memisahkan pembukuan usaha dengan pengeluaran keluarga sehingga modal usaha sering terpakai untuk keperluan sehari-hari, ketergantungan usaha kecil dan mikro yang cukup tinggi terhadap musim dan permintaan pasar menyebabkan usaha ini menjadi fluktuatif dan sulit berkembang, masalah yang berkaitan dengan legal formal usaha, dan kurangnya pengetahuan dan kemampuan manajerial (Smeru, 2003). Bahkan Hylan et. al (2000) mengemukakan bahwa usaha kecil kebanyakan tidak memiliki strategi atau kekurangan ahli strategi.

Dalam jurnal pengkajian koperasi dan UKM no.1 (2006:131) menyebutkan bahwa untuk mencapai suatu keberhasilan usaha diperlukan adanya upaya pengembangan oleh pelaku usaha itu sendiri baik dari dalam maupun dari luar. Menurut Hisrich (2008:9) konsep tentang pengusaha didefinisikan sebagai sebagai sebuah bisnis, manajerial dan perpektif pribadi. Pengusaha sejati adalah pengusaha yang dapat mengatasi kendala – kendala yang ada pada suatu usahanya dan dapat bertahan dalam kondisi apapun pada usahanya. Jiwa kewirausahaan akan mendorong seseorang memanfaatkan peluang yang ada menjadi sesuatu yang menguntungkan.

Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya (Sprengel. Al. 1996). Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Tata et.al, 2000). Penelitian yang dilakukan oleh V. Mital, WT. Ross dan PM. Baldasare (1998) mengemukakan bahwa kinerja yang negatif pada produk atribut mempunyai efek negatif pada kepuasan keseluruhan dan kinerja yang positif pada produk mempunyai pengaruh positif pada atribut yang sama dan kepuasan keseluruhan menunjukkan pengurangan sensitivitas pada tingkat kinerja atribut.

Penelitian dilakukan untuk menjawab beberapa permasalahan mengenai: (a) Karakteristik wirausahawan pada usaha jasa boga skala rumah tangga di Kota Solo; (b) Kesesuaian produk pada tingkat kinerja usaha pada industri pada usaha jasa boga skala rumah tangga di Kota Solo; dan (c) pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kinerja usaha pada usaha jasa boga skala rumah tangga.

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

1. Karakteristik Usaha Kecil

Hunger dan Wheelen (2003) berpendapat bahwa usaha kecil dioperasikan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam daerahnya dan tidak menggunakan praktek-praktek inovatif. Tapi usaha yang bersifat kewirusahaan adalah usaha yang pada awalnya bertujuan untuk tumbuh dan menguntungkan serta dapat dikarakteristikkan dengan praktek-pratek inovasi strategis.

Pengertian usaha kecil sebagaimana dirumuskan oleh Undang-Undang No. 9 tahun 1995 pasal 1 (1), yaitu Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Dalam pasal 5 (1) disebutkan kriteria usaha kecil sebagai berikut: (a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan 3 tempat usaha; atau (b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah); (c) milik Warga Negara Indonesia; (d) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar; dan (e) berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Menurut Sule dan Mulyana (2006) ciri-ciri usaha kecil adalah manajemen berdiri sendiri, modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil, daerah operasinya local, ukuran dalam keseluruhan relatif kecil.

Pengertian UKM pada kajian ini mengacu pada Undang-undang UKM Nomor 20 Tahun 2008, yaitu:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - 1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

2. Karakteristik Kewirausahaan

Terdapat 6 karakteristik pokok dari wirausahawan (Swa, 16 Januari 2007), yaitu:

- a) kreatif dan inovatif;
- b) mampu mengaplikasikan kreativitasnya;

- c) memiliki semangat berkarya;
- d) fokus untuk menghasilkan nilai;
- e) bersedia mengambil risiko;
- f) berbeda dari persepsi atau stereotip wirausaha sebagai figur pemberani dan hanya bekerja sendiri, mereka sangat kolaboratif.

Menurut McClelland dalam Wiratmo (2001:24) karakteristik wirausahawan adalah sebagai berikut:

- a) Keinginan berprestasi
- b) Kemampuan manajemen
- c) Tanggungjawab pribadi
- d) Tingkat keberanian mengambil resiko
- e) Tingkat ide dan inovasi
- f) Orientasi pada masa depan
- g) Tingkat kepercayaan diri

3. Kesesuaian Produk

Kualitas adalah kesesuaian antara produk (barang maupun jasa) dengan spesifikasi kebutuhan pelanggan (Hartini, 2012). Jika perusahaan melakukan suatu hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan berarti perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas yang baik. Perbaikan dan pengukuran kualitas secara terus-menerus, karyawan diberdayakan untuk memecahkan masalah (dengan catatan manajemen menyediakan alat-alat yang cocok), maka kualitas dapat disempurnakan.

Menurut Crosby (1979), kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan.

Menurut Deming (1982) kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Menurut Felgenbaum (1986) kualitas produk adalah suatu produk yang sesuai harapan konsumen. Menurut Garvin (1988) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses serta lingkungan yang mematuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Ukuran kualitas dapat dilihat dari kedua jenis produk yang dihasilkan, yaitu apakah berupa barang atau jasa. Pada produk yang berupa barang, kualitas dapat diukur dari hal-hal berikut ini:

- a. Design, didasarkan atas riset pasar, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kualitas input, teknologi yang digunakan, dan kualitas tenaga kerja serta manajer.
- b. Performance, yaitu reliability of product diukur waktu penggunaan sebelum produk tersebut rusak, dan maintenance of product yaitu dengan cara reparasi, atau mengganti produk rusak.
- c. Conformance, sesuai spesifikasi yang ditetapkan termasuk didalamnya technical life of product, impacts of product, dan accuracy of product

Gaspersz (2008, p.119) menjelaskan bahwa dimensi dari kualitas produk ini meliputi 8 dimensi, yang terdiri dari :

- a. Performance, Kinerja (performance) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti dan dapat didefinisikan sebagai tampilan dari sebuah produk sesungguhnya. Performance sebuah produk merupakan pencerminan bagaimana sebuah produk itu disajikan atau ditampilkan kepada pelanggan (Irawan dan Japarianto, 2013). Untuk bisnis makanan, dimensi performance adalah rasa yang enak.

- b. Reliability, keandalan (reliability) yaitu tingkat kendalan suatu produk atau konsistensi keandalan sebuah produk didalam proses operasionalnya dimata konsumen. Reliability sebuah produk juga merupakan ukuran kemungkinan suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu.
- c. Features, keistimewaan tambahan (features) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dan dapat didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan atribut-atribut yang ada pada sebuah produk.
- d. Conformance, kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Definisi diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat Conformance sebuah produk dikatakan telah akurat bilamana produk-produk yang dipasarkan oleh produsen telah sesuai perencanaan perusahaan yang berarti merupakan produk-produk yang mayoritas diinginkan pelanggan.
- e. Durability, daya tahan (durability) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan/atau berat. Definisi diatas bilamana diterapkan pada pengukuran sebuah makanan dan minuman sebuah restoran, maka pengertian Durability diatas adalah tingkat usia sebuah makanan masih dapat dikonsumsi oleh konsumen.
- f. Serviceability, (service ability) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran kemudahan memperbaiki suatu produk yang rusak atau gagal. Disini artinya bilamana sebuah produk rusak atau gagal maka kesiapan perbaikan produk tersebut dapat diandalkan, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.
- g. Aesthetics yaitu keindahan produk terhadap panca indera dan dapat didefinisikan sebagai atribut-atribut yang melekat pada sebuah produk, seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain. Pada dasarnya Aesthetics merupakan elemen yang melengkapi fungsi dasar suatu produk sehingga performance sebuah produk akan menjadi lebih baik dihadapan pelanggan.
- h. Customer perceived quality, kualitas yang dipersepsikan (perceived quality) yaitu kualitas yang dirasakan. Bilamana diterapkan pada pengukuran kualitas makanan dan minuman maka Perceived Quality merupakan kualitas dasar yang dimiliki sebuah makanan dan minuman.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah sebagai berikut:

- a. manusia
Peranan manusia atau karyawan yang bertugas dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi baik buruknya suatu produk yang dihasilkan. Aspek manusia perlu mendapat perhatian yang cukup. Perhatian tersebut antara lain dengan mengadakan pelatihan, memberikan motivasi, mengikutsertakan pada BPJS.
- b. manajemen
Tanggung jawab atas mutu produk dalam perusahaan dibebankan kepada beberapa kelompok yang biasa disebut dengan Function Group. Dalam hal ini pimpinan harus melakukan koordinasi yang baik antar Function Group dengan bagian-bagian lainnya dalam perusahaan tersebut. Dengan adanya koordinasi tersebut maka dapat tercapainya suasana kerja yang baik dan harmonis, serta menghindarkan adanya kekacauan dalam pekerjaan. Keadaan ini memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan mutu serta meningkatkan mutu dari produk yang dihasilkan.

c. uang

Perusahaan harus menyediakan uang yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan mutu produknya, seperti untuk perawatan dan perbaikan mesin atau peralatan produksi, perbaikan produk yang rusak, dan lain-lain.

d. bahan baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi mutu produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Pengendalian bahan baku menjadi hal yang sangat penting dan harus memperhatikan beberapa hal antara lain: seleksi sumber bahan baku, penyimpanan. Kualitas bahan baku diperhatikan agar produk berkualitas rendah dapat ditekan sekecil mungkin.

e. mesin dan peralatan

Mesin serta peralatan yang dipergunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi mutu produk yang dihasilkan. Peralatan yang kurang lengkap dan modern akan berpengaruh terhadap mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Mutu produk yang dihasilkan menjadi berkualitas rendah dan biaya produksi menjadi tinggi.

4. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (dalam Saidani dan Arifin, 2013) Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Ada 5 dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2009 : 111) diantaranya adalah: Bukti Fisik (Tangibles) yaitu Berfokus pada elemen-elemen yang merepresentasikan pelayanan secara fisik yang meliputi: fasilitas fisik, lokasi, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Keandalan (Reliability) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi.

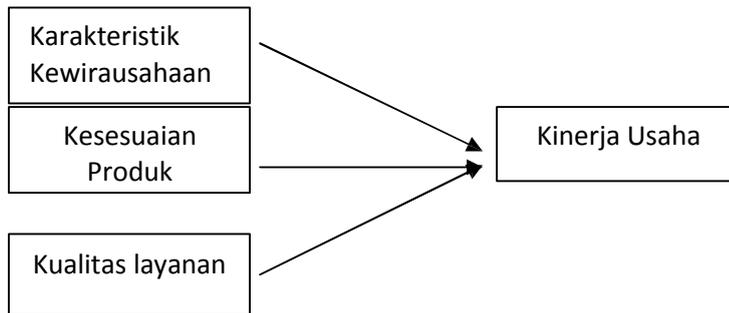
5. Kinerja Usaha

Kinerja merupakan sebuah konsep multidimensional, dan hubungan antara orientasi wirausaha dan kinerja dapat tergantung dari indikator-indikator yang digunakan untuk mengakses kinerja. Pada umumnya pengukuran kinerja perusahaan adalah ukuran kinerja financial dan nonfinansial. Ukuran kinerja financial adalah pengukuran pencapaian sasaran (goals) misalnya kepuasan pelanggan. Kinerja nonfinansial mengukur pertumbuhan penjualan dan Return On Investment. (Lumpkin dan Dess dalam Lukiastuti,2012). Kinerja usaha dapat diartikan sebagai persepsi pemilik tentang kinerja bisnisnya dibandingkan dengan tujuan yang ingin dicapai. Kinerja usaha diukur dengan tiga indikator yakni pertumbuhan penjualan, pertumbuhan profit, dan pertumbuhan modal (Lee dan Tsang dalam Sarwoko (2013). Sedangkan menurut Sanchez dan Marin (2005), kinerja ditentukan dari tiga faktor yaitu profitability, productivity dan volume penjualan.

KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut :



Hipotesis

1. Karakteristik Kewirausahaan dan Kinerja

Hofer dan Sandberg (dalam Hunger & Wheelen, 2003) mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil terutama untuk usaha baru. Sesuai dengan tingkat pengaruhnya, faktor-faktor tersebut adalah struktur industri, strategi bisnis, dan karakteristik wirausaha. Terdapat empat faktor karakteristik wirausaha yang berpengaruh terhadap kesuksesan usaha, yaitu: (a) mampu mengidentifikasi kesempatan bisnis potensial; (b) memiliki sense of urgency yang membuat mereka berorientasi pada tindakan; (c) mempunyai pengetahuan terinci atas faktor-faktor kunci yang diperlukan untuk sukses dalam industri dan stamina fisik yang diperlukan untuk pekerjaannya; dan (d) mampu mencari bantuan dari pihak luar.

Steinhoff & Burgess (1993) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain adalah memiliki visi dan tujuan bisnis, berani mengambil risiko dan uang, mampu menyusun perencanaan usaha, mengorganisir sumber daya, dan implementasinya, sanggup bekerja keras, mampu membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya, dan memiliki tanggung jawab terhadap keberhasilan maupun kegagalan. Wijayanto (2008) menganalisis pengaruh karakteristik personal dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM. Dari hasil analisis data membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel karakteristik personal dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM.

Maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut

H1 = karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha

2. Kesesuaian Produk dan Kinerja Usaha

Kualitas produk merupakan kesesuaian produk dengan dengan spesifikasi atau standar yang ditetapkan pelanggan, dalam hal ini adalah harapan pelanggan. Semakin tinggi kesesuaian dengan spesifikasi maka berarti semakin tinggi kualitas produk atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan akan semakin tinggi pula. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan berdampak pada retensi pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Kualitas merupakan faktor penting yang menentukan kinerja perusahaan (Philips et al., 1983). Kualitas produk yang tinggi menunjukkan bahwa produk sesuai yang diinginkan pelanggan. Jika produk sesuai dengan keinginan pelanggan volume penjualan akan meningkat, semakin rendah tingkat komplain, sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut

H2 = kesesuaian produk berpengaruh terhadap kinerja usaha

3. Kualitas Pelayanan dan Kinerja Usaha

Hasil penelitian Prasetyo (2006) menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi kinerja perusahaan studi kasus pada Bank Negara Indonesia Jawa Tengah dan DIY. Hal ini mendukung penelitian Nur Pribadiyanto dan Mudiantono (2004, p.45) yang dalam penelitiannya mengatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang tercermin dalam kecepatan dan keakuratan kinerja layanan, kecepatan dan keakuratan dalam merespon dan menyelesaikan komplain dari pelanggan, perhatian pada pelanggan akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan kemampuan perusahaan. Chang dan Chen (1998, p.248) dalam penelitiannya juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan superior mempunyai pengaruh yang positif terhadap kemampuan perusahaan. Maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut

H3 = kualitas layanan berpengaruh terhadap kinerja usaha

METODE PENELITIAN

Populasi dan sampel

Penelitian dilakukan dengan menggunakan desain survei. Data-data primer diperoleh melalui metode kuesioner, wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi. Populasi terdiri dari 30 wirausahawan pada sentra usaha kecil jasa boga di kota Solo.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian. Sedangkan analisis inferensial menggunakan Multiple linear regression untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha jasa boga yang mempunyai karyawan minimal 5 orang di kota Solo. Teknik pengambilan sampling menggunakan convenience sampling yaitu teknik non probability sampling dengan pertimbangan kemudahan aksesibilitas dan lokasi.

Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber	Skala
Variabel dependen (Y) Kinerja Usaha	1. tingkat produktivitas 2. tingkat laba 3. volume penjualan	Sanchez dan Marin (2005)	Interval
Variabel independen (X)			
X1 Karakteristik kewirausahaan	1. Keinginan berprestasi 2. Kemampuan manajemen 3. Tanggungjawab pribadi 4. Tingkat keberanian mengambil resiko 5. Tingkat ide dan inovasi 6. Orientasi pada masa depan 7. Tingkat kepercayaan diri	Steinhoff dan Burgess (1993)	Interval

X2 Kesesuaian produk	1. Performance 2. Reliability 3. Features 4. Conformance 5. Durability 6. Serviceability 7. Aesthetics 8. Customer perceived quality	Gaspersz (2008)	Interval
X3 Kualitas layanan	1. Kecepatan 2. Kecepatan 3. Keramahan 4. Kenyamanan 5. Empathy	Elhaitammy dalam Tjiptono (2000)	Interval

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi

Responden penelitian ini dominan perempuan sebanyak 28 orang (93%) dan berasal dari lingkungan sekitar industri jasa boga tersebut didirikan. Tingkat pendidikan 20% sarjana, 55% diploma, dan 25% SMA.

2. Pembahasan

Hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha terbukti. Hal ini terbukti melalui penelitian dengan hasil perhitungan nilai t hitung sebesar 5,379 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,706 yang menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Koefisien regresi karakteristik kewirausahaan (X1) sebesar 0,156 artinya jika karakteristik kewirausahaan mengalami kenaikan maka kinerja usaha akan meningkat. Hasil uji diperkuat dengan koefisien determinasi yaitu 0,579 artinya variabel kinerja usaha dapat dijelaskan oleh variabel karakteristik kewirausahaan sebesar 57,9%. Hipotesis 1 yang berbunyi “terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha” dapat diterima.

Hipotesis kedua yang menyatakan ada pengaruh kesesuaian produk terhadap kinerja usaha terbukti. Hal ini terbukti melalui penelitian dengan hasil perhitungan nilai t hitung sebesar 5,379 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,706 yang menunjukkan bahwa kesesuaian produk memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Koefisien regresi kesesuaian produk (X2) sebesar 0,156 artinya jika kesesuaian produk mengalami kenaikan maka kinerja usaha akan meningkat. Hasil uji diperkuat dengan koefisien determinasi yaitu 0,579 artinya variabel kinerja usaha dapat dijelaskan oleh variabel kesesuaian usaha sebesar 57,9%. Hipotesis 2 yang berbunyi “terdapat pengaruh kesesuaian produk terhadap kinerja usaha” dapat diterima.

Hipotesis ketiga yang menyatakan ada pengaruh kualitas layanan terhadap kinerja usaha terbukti. Hal ini terbukti melalui penelitian dengan hasil perhitungan nilai t hitung sebesar 5,590 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,706 yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Koefisien regresi kualitas layanan (X3) sebesar 0,085 artinya jika kualitas layanan mengalami kenaikan maka kinerja usaha akan meningkat. Hasil uji diperkuat dengan koefisien determinasi yaitu 0,598 artinya variabel kinerja usaha dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan sebesar

59,8%. Hipotesis 3 yang berbunyi “terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kinerja usaha” dapat diterima.

Hipotesis yang menyatakan ada pengaruh karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk dan kualitas layanan terhadap kinerja usaha terbukti. Hal ini terbukti melalui penelitian dengan hasil perhitungan nilai f hitung sebesar 10,052 yang lebih besar daripada f tabel sebesar 2,975 yang menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk, dan kualitas layanan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja usaha. Perhitungan koefisien determinasi 0,547 artinya kinerja usaha dapat dijelaskan oleh variabel karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk, dan kualitas layanan sebesar 54,7% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan atas pengaruh karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk, dan kualitas layanan terhadap kinerja usaha dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha, artinya semakin baik karakteristik kewirausahaan yang dimiliki, maka sebaik baik pula kinerja usaha. Tingkat keberanian untuk mengambil resiko, selalu berinovasi, mempunyai kepercayaan diri yang kuat, dan selalu berorientasi pada masa depan menunjukkan karakteristik kewirausahaan berdasarkan hasil penelitian dapat meningkatkan penjualan.
2. Ada pengaruh kesesuaian produk terhadap kinerja usaha, artinya semakin baik kesesuaian produknya maka semakin baik kinerja usahanya. Rasa yang enak, kualitas yang baik, tampilan produk yang apik, performa yang menarik, sesuai dengan harapan pelanggan ternyata berdasarkan hasil penelitian mampu meningkatkan penjualan.
3. Ada pengaruh kualitas layanan terhadap kinerja usaha, artinya semakin baik kualitas layanan yang dilakukan maka semakin tinggi kinerja usahanya. Fasilitas yang disediakan oleh pemilik usaha jasa boga, sikap yang simpatik, cepat tanggap, kemampuan memberikan kepercayaan pada konsumen, dan sikap peduli (empathy) berdasarkan hasil penelitian mampu meningkatkan penjualan dan efisiensi biaya.
4. Ada pengaruh karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk dan kualitas layanan terhadap kinerja usaha, artinya apabila karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk dan kualitas layanan meningkat maka semakin meningkat kinerja usahanya. Karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk, dan kualitas layanan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja usaha. Perhitungan koefisien determinasi 0,547 yang berarti kinerja usaha dapat dijelaskan oleh variabel karakteristik kewirausahaan, kesesuaian produk, dan kualitas layanan sebesar 54,7% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran atau masukan yang mungkin dapat berguna bagi peneliti berikutnya sebagai berikut :

1. Populasi penelitian sebaiknya ditambah karena berskala rumah tangga dan pada industri jasa boga yang mempekerjakan karyawan lebih banyak.
2. Industri jasa boga sangat fluktuatif perkembangannya tergantung pada perubahan harga bahan baku dan pangsa pasar sehingga perubahan ini akan sangat berdampak pada industri jasa boga yang berskala besar.

DAFTAR PUSTAKA

Aminatuzzuhro, Lutfilah. 2012. Pengaruh Kualias Pelayanan terhadap Kinerja Keuangan dengan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Intervening. e-Jurnal Kewirausahaan Volume 2 nomor 1 LPPM Universitas Widya Kartika Surabaya

Gaspersz, V. 2008. Total Quality Management. Penerbit Gramedia Pustaka Utama : Jakarta

Irawan, Japarianto, 2013. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran volume 1 nomor 2 Universitas Kristen Petra Surabaya

Lestari, Megawati. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. STIE Multi Data Palembang.

Najib, Mukhamad. 2006. Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan pengembangan Orientasi Pasar. Jurnal Manajemen Publikasi Penelitian dan Review

Putri, Pradhanawarti, Prabawani, 2013. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, dan Peran Business Development Service terhadap Pengembangan Usaha. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro.

Sri Hartini. 2012. Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan volume 14 nomor 1 Maret

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta: Bandung

Sylvana. 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan Mahasiswa Terhadap Intensi Meregistrasi Ulang Mahasiswa Pada Mahasiswa Universitas Terbuka. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol.2 : Jakarta

Steinhoff, Dan. & John F. Burgess. 1993. Small Business Management Fundamentals. New York-USA. McGraw-Hill, Inc.

Sugidarma, I Putu. (2004). "Analisis Tipe Strategi Industri Kecil Dan Menengah Di Kawasan Sarbagita Bali". Thesis. Malang: Universitas Brawijaya.

Sule, Ernie Tisnawati & Asep Mulyana. (2006, diakses 4 April 2008). "Kewirausahaan". (www.pembelajar.com).

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorious dan Adriana, Dedi. 2008. Pemasaran Strategic. Andi Offset : Yogyakarta

Zimmerer, Thomas. dan Norman M, Scarborough 2008. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Edisi kelima, Salemba Empat: Jakarta

