

**PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA, PEMBINAAN USAHA DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA
(Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan)**

Yully Christiana¹, Ari Pradhanawati² dan Wahyu Hidayat³
yullychristiana@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the influence of entrepreneurial competence, business development service, product innovation to business development Batik SMEs. This type of research is explanatory research, with methods data collection using questionnaires and interviews. Sampling techniques using the technique samples are saturated. The sample in this research were 36 businessmen Batik on Pesindon Sentra. This research uses techniques of quantitative analysis. Quantitative analysis using the test of validity, reliability, regression analysis, the determination coefficient, and test of significance (t-test).

From the data analysis it can be conclude, that the indicate below entire partially independent variable, the variable entrepreneurial competence (X_1) effect on business development (Y) amounted to 77,7%, business development service (X_2) effect on (Y) business development of 23,9%, and product innovation (X_3) effect on business development (Y) of 66,5%.

Some suggestions are recommended from this research is the related agencies need to conduct integrated socialization and training on understanding financial statements, reactivate the Pesindon media telecenter, conduct training on the management of capital, evaluation at any development activities, introduce new technologies to help SMEs in managing their business.

Keywords: Entrepreneurial Competence, Business Development Service, Product Innovation, Business Development, Sentra Batik Pesindon

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompetensi wirausaha, pembinaan usaha, dan inovasi produk terhadap perkembangan usaha UKM Batik. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh. Sampel adalah 36 pengusaha batik di Sentra Pesindon. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi sederhana, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara parsial, variabel kompetensi wirausaha (X_1) berpengaruh terhadap perkembangan usaha (Y) sebesar 77,7%, pembinaan usaha (X_2) berpengaruh terhadap perkembangan usaha (Y) sebesar 23,9%, dan inovasi produk (X_3) berpengaruh terhadap perkembangan usaha (Y) sebesar 66,5%.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian adalah dinas terkait perlu mengadakan sosialisasi dan pelatihan terpadu mengenai pemahaman penyusunan laporan keuangan, mengaktifkan kembali media *telecenter* Pesindon, mengadakan pelatihan mengenai manajemen pengelolaan modal, perlu adanya evaluasi pada setiap kegiatan pembinaan, dan perlu memperkenalkan teknologi baru untuk membantu UKM dalam mengelola usahanya.

Kata kunci : kompetensi wirausaha, pembinaan usaha, inovasi produk, perkembangan usaha, sentra batik Pesindon

¹Yully Christiana, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yullychristiana@gmail.com

²Dr. Dra. Ari Pradhanawati, MS., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia merupakan pemain utama dalam kegiatan perekonomian. Mereka merupakan akselerator dalam pengembangan ekonomi masyarakat. Usaha mikro kecil selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman di masa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan memungkinkan dihimpunnya penerimaan negara berupa pajak. Peran dan fungsi strategis ini, sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UKM sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional

Secara umum UKM di Indonesia belum dapat berkembang dengan baik, dikarenakan masih banyak hambatan yang dihadapinya. Hambatan-hambatan tersebut menyebabkan UKM sulit berkompetisi di pasar global, yang hingga saat ini masih sulit di atasi antara lain masalah kesulitan pemasaran, permodalan, keterbatasan SDM, masalah bahan baku dan keterbatasan teknologi yang membuat produk dalam negeri masih jauh tertinggal dengan produk-produk luar negeri (Tambunan, 2002 : 73-80).

Provinsi Jawa Tengah memiliki beraneka ragam sumber daya alam yang berpotensi besar untuk dapat dikembangkan, salah satunya adalah sektor usaha tekstil dan garment, khususnya batik yang sebagian besar dikelola oleh UKM. Diantara daerah penghasil batik, Kota Pekalongan merupakan salah satu daerah yang konsisten melestarikan UKM terutama usaha batik, meskipun disadari kondisi usahanya terkadang naik turun. Hal ini dikarenakan batik Pekalongan mengalami kesulitan untuk bersaing dengan produk tekstil bermotif asal China yang dapat menghasilkan kualitas produk yang baik dengan harga yang lebih terjangkau. Akibatnya, omzet penjualan batik Pekalongan juga turun bahkan cenderung lesu. Hal ini dikarenakan, harga batik Cina di toko-toko Pekalongan berkisar antara Rp 30.000 – Rp 70.000 per potong, sedangkan harga batik lokal berkisar antara Rp 55.000 – Rp 150.000 per potong, batik Cina mempunyai harga yang lebih murah dibandingkan dengan batik lokal pada barang dengan kualitas yang hampir sama.

Tabel 1.1
Jumlah Produksi UKM Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan Tahun 2009-2012

Tahun	Jumlah Produksi (pcs)	Pertumbuhan (%)
2009	421.028	-
2010	418.433	-0,62%
2011	417.032	-0,33%
2012	402.275	-3,54%

Sumber : *Disperindagkop dan UMKM Kota Pekalongan, 2013*

Sentra Batik Pesindon merupakan salah satu kampung wisata batik di Pekalongan. Jumlah produksi dari UKM batik di Pesindon mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penurunan jumlah produksi terbesar adalah tahun 2012 yaitu sebesar 14.757 unit (3,54%). Hasil survey lapangan menunjukkan bahwa hambatan yang dihadapi oleh UKM batik Pesindon adalah lemahnya kompetensi wirausaha. Mayoritas pengusaha batik masih menjalankan aturan bisnis yang sama dari waktu ke waktu, berdasarkan pengalaman turun temurun, padahal aturan tersebut tidak sesuai lagi dengan kondisi pasar saat ini. Padahal seorang wirausaha dituntut mempunyai kompetensi untuk dapat mendelegasikan, mengatur kegiatan operasional perusahaan, mengatur/menciptakan pelanggan, mengelola sumber pendanaan, hubungan dengan pegawai, dan berlatih keterampilan hubungan antar pribadi sama pentingnya untuk mendorong wirausaha menuju keberhasilan atau perkembangan suatu usaha (Ibrahim dan Goodwin, 1987 dalam Ardhani, 2004).

Selain itu, kemampuan UKM yang terbatas untuk mendapatkan akses ke lembaga keuangan karena sifat bisnis UKM yang cenderung informal sehingga secara prosedural sehingga tidak dapat dilayani oleh perbankan dengan baik. Untuk mengatasi persoalan tersebut, dinas terkait menyelenggarakan program pembinaan berupa bantuan akses permodalan, bantuan pendidikan, pelatihan, memperluas pemasaran dengan memfasilitasi proses promosi dan memfasilitasi studi banding bagi UKM, yang diharapkan dapat membantu menumbuhkan kemampuan UKM agar dapat

berkembang secara mandiri. Bantuan perkuatan inilah yang dapat membantu UKM untuk menambah pengetahuan wirausaha dalam mengelola usahanya, meningkatkan kegiatan operasional, peningkatan kapasitas produksi, wilayah pemasaran, dan menciptakan pelanggan sehingga dapat memacu perkembangan usaha kecil dan menengah (Lean, 1998).

Produk yang dihasilkan masih standard dan masih hanya mengandalkan satu atau dua macam produk yang mereka anggap bagus dan unggul sehingga terkesan monoton dan tidak ada pilihan produk lain. Selain itu, masih kurangnya implementasi ide mengenai produk baru dalam perusahaan yang dapat membedakannya dengan pesaing. UKM batik seharusnya dapat melakukan inovasi produk, yaitu dengan menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar yang terus berubah, agar UKM batik Pekalongan tetap eksis di tengah persaingan batik yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara kompetensi wirausaha terhadap perkembangan usaha UKM Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan?
2. Apakah ada pengaruh antara pembinaan usaha terhadap perkembangan usaha UKM Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan?
3. Apakah ada pengaruh antara inovasi produk terhadap perkembangan usaha UKM Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan?

KAJIAN TEORI

Sentra Usaha Kecil dan Menengah

Sentra UKM adalah pusat kegiatan bisnis di kawasan/ lokasi tertentu dimana terdapat UKM yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi bagian integral dari klaster dan sebagai titik masuk (*entry point*) dari upaya pengembangan klaster. (Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 23/Per/M.Kukm/XI/2005).

Kompetensi Wirausaha

Menurut Mitrani dalam Usmara (2002 : 109) mengemukakan bahwa kompetensi adalah bagian kepribadian yang mendalam dan melekat kepada seseorang serta perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan.

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2002 : 3), wirausaha adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya.

Suryana (2006 : 88) mengungkapkan bahwa kompetensi atau kemampuan yang harus dimiliki oleh wirausaha tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (*start up*), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang (*opportunity*), kemampuan dan keberanian untuk menanggung risiko (*risk bearing*) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan meramu sumber daya.

Pembinaan Usaha

Salah satu upaya pemerintah dalam mewujudkan pemberdayaan dan pengembangan usaha kecil dan menengah menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah dengan melakukan kemitraan melalui program pembinaan usaha bagi anggotanya. Seperti halnya yang dilakukan oleh dinas koperasi dalam memberikan pembinaan usaha bagi anggotanya sebagai upaya untuk mendorong proses sosialisasi para wirausaha tersebut.

Menurut Sadoko Isono dan Heriyadi (2001 : 14), Pembinaan adalah proses mengajarkan keahlian dan memberikan pengetahuan yang perlu serta sikap supaya mereka dapat melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil mendefinisikan bahwa Pembinaan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah.

Inovasi Produk

Inovasi menurut Zimmerer (1996:51) dalam buku Suryana (2006 : 14) diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

Pertumbuhan pasar yang dinamis inilah menuntut perusahaan untuk selalu melakukan inovasi yang berkelanjutan. Hal ini dikarenakan dinamika lingkungan bisnis berdampak pada perubahan selera dan preferensi pelanggan. Perubahan inilah pada gilirannya menuntut inovasi dan aktivitas setiap organisasi agar dapat menyempurnakan produk yang sudah ada dan mengembangkan produk baru dalam rangka mempertahankan kelangsungan usaha (Chandra, 2005 : 111). Oleh karena itu, salah satu cara untuk memenangkan persaingan bisnis adalah dengan menghadirkan produk yang mempunyai kualitas tinggi serta mampu memenuhi keinginan masyarakat yang terus berubah. Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya (Crawford & De Benedetto, 2000: 9).

Perkembangan Usaha

Pada umumnya perkembangan usaha dari suatu perusahaan memiliki pola tertentu yang disederhanakan seperti dari dimulainya suatu usaha. Sebagian perusahaan dimulai dengan unit usaha yang relatif kecil dengan melayani wilayah pemasaran yang relatif sempit. Pada mulanya, perusahaan tersebut juga menghasilkan ragam produk yang terbatas dan hanya didukung dengan permodalan yang terbatas. Oleh karena itu, usaha baru mempunyai posisi pasar yang relatif lemah karena rendahnya penguasaan pangsa pasar. Tidak heran jika pada mulanya sebuah perusahaan baru dimulai dengan usaha untuk bertahan hidup. Barulah kemudian, secara perlahan diikuti dengan usaha untuk mengembangkan perusahaan yang diarahkan sepenuhnya untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.

Menurut Dedi Haryadi (2001:15), yang dimaksud dengan perkembangan usaha merujuk pada proses (tahapan) perkembangan unit usaha atau kelompok usaha kecil dari proses perintisan (pendirian) sampai menjadi kondisi seperti yang terakhir diamati.

Menurut Donald L. Kirkpatrick dalam buku Adam I. Indra Wijaya, (2000 : 228), yang dimaksud dengan Perkembangan usaha adalah “Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi”.

Perkembangan usaha kecil menengah adalah kemampuan seorang pengusaha kecil untuk mensosialisasikan dirinya kepada kebutuhan pangsa pasar sehingga ada perbaikan taraf hidup pada diri seorang pengusaha (Endang Purwanti, 2012 : 21).

Hipotesis

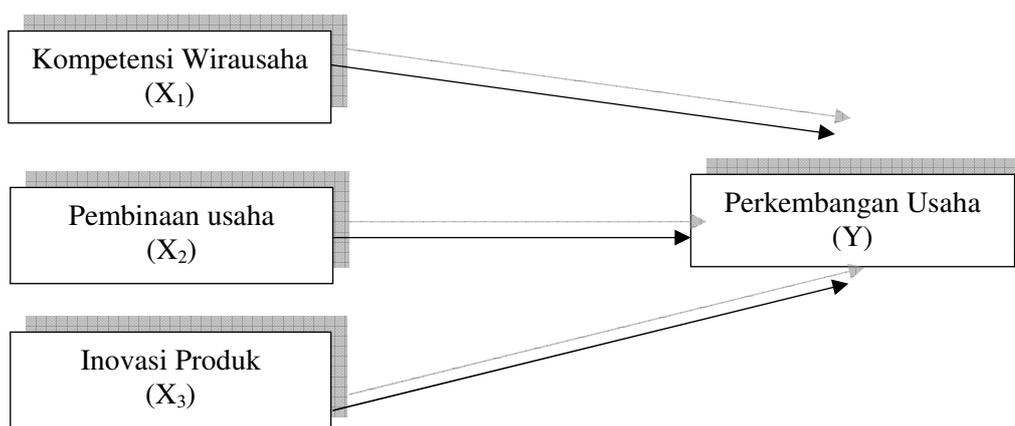
Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2010:93). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh antara kompetensi wirausaha terhadap perkembangan usaha UKM Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan.
2. Ada pengaruh antara pembinaan usaha terhadap perkembangan usaha UKM Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan.
3. Ada pengaruh antara inovasi produk terhadap perkembangan usaha UKM Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan.

Kerangka pemikiran digambarkan pada gambar berikut:

Untuk memperjelas rumusan hipotesis di atas, maka berikut ini disajikan skema hubungan hipotesis tersebut :

Gambar 1.1.
Hipotesis



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* atau tipe penelitian penjelasan. *Explanatory* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 2006 : 5). Dalam penelitian ini, penulis berusaha untuk menjelaskan serta menyoroti hubungan antar variabel kompetensi wirausaha, variabel pembinaan usaha, variabel inovasi produk dan variabel perkembangan usaha, serta menjelaskan pengaruh variabel kompetensi wirausaha, variabel pembinaan usaha, variabel inovasi produk dengan variabel perkembangan usaha.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, wawancara, dan studi pustaka dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010:133).

Populasi pada penelitian ini seluruh pemilik UKM batik di Sentra Batik Pesindon berjumlah 36 pengusaha yang mendapatkan pembinaan dari Dinas Perindustrian Perdagangan, Koperasi dan

UMKM Kota Pekalongan. Untuk memperoleh data dari subjek penelitian, menggunakan *Metode Sensus*. Menurut Kuncoro (2007 : 164), Sensus adalah sebuah teknik penelitian dimana semua populasi dijadikan responden, hal ini dilakukan karena populasi relatif kecil. Populasi yang berjumlah 36 pemilik UKM Batik di Sentra Batik Pesindon tersebut akan menjadi responden dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

a. Analisis Data Kuantitatif

Yaitu analisa data yang mendasarkan pada perhitungan dan pengukuran variabel-variabel yang digunakan disertai dengan penjelasan terhadap hasil yang telah diperoleh dari perhitungan tersebut menggunakan metode statistik atau perhitungan dengan menggunakan angka-angka atau rumus-rumus sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 20.0 yang dilihat berdasarkan *corrected item-total correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Sama dengan uji validitas, uji reliabilitas dalam penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.0.

3. Analisis Regresi

a. Analisa Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh langsung masing-masing variabel bebas (kompetensi wirausaha, pembinaan usaha dan inovasi produk) terhadap variabel terikat (perkembangan usaha).

4. Koefisien Korelasi

Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh variabel uji independen terhadap variabel dependen.

5. Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui prosentase kecenderungan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

6. Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengukur presentase variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X).

7. Uji Signifikansi

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.2
Hasil Penelitian

No	Uji Hipotesis	Hasil			Keterangan Hasil
		t Hitung	Korelasi	Determinasi	
1	Kompetensi Wirausaha terhadap Perkembangan Usaha	10,889	0,882	0,777	Ha diterima
2	Pembinaan Usaha terhadap Perkembangan Usaha	3,269	0,489	0,239	Ha diterima
3	Inovasi Produk terhadap Perkembangan Usaha	8,209	0,815	0,665	Ha diterima

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan hipotesis pertama yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh antara variabel kompetensi wirausaha terhadap perkembangan usaha, hasilnya diperoleh bahwa variabel kompetensi wirausaha mempunyai pengaruh terhadap variabel perkembangan usaha, dengan signifikansi 5% diperoleh nilai t tabel sebesar 2,0322 dimana nilai t hitung (10,889) > t tabel (2,0332) sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisien determinasinya sebesar 0,777 atau 77,7%. Hal ini berarti 77,7% variabel perkembangan usaha dapat dijelaskan oleh variabel kompetensi wirausaha. Sedangkan sisanya (100% - 77,7% = 22,3%) dijelaskan oleh faktor lain, selain faktor kompetensi wirausaha.

Kompetensi yang dimiliki wirausaha dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan, responden memiliki kemampuan dalam mengelola sumber daya dan memecahkan masalah usahanya di bidang teknis, bidang pemasaran, bidang keuangan dan bidang *Human Relation* sudah baik, sehingga dapat meningkatkan dan mengembangkan usahanya menjadi lebih baik dari sebelumnya. Hal tersebut juga membuktikan bahwa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa ada pengaruh kompetensi wirausaha terhadap perkembangan usaha adalah benar. Seorang wirausaha dituntut mempunyai kompetensi untuk dapat mendelegasikan, mengatur kegiatan operasional perusahaan, mengatur/menciptakan pelanggan, mengelola sumber pendanaan, hubungan dengan pegawai, dan berlatih keterampilan hubungan antar pribadi sama pentingnya untuk mendorong wirausaha menuju keberhasilan atau perkembangan suatu usaha (Ibrahim dan Goodwin, 1987 dalam Ardhani, 2004).

Berdasarkan hipotesis kedua yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh antara variabel pembinaan usaha terhadap perkembangan usaha, hasilnya diperoleh bahwa variabel pembinaan usaha mempunyai pengaruh terhadap variabel perkembangan usaha, dengan signifikansi 5% diperoleh nilai t tabel sebesar 2,0322, dimana nilai t hitung (3,269) > t tabel (2,0322) sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisien determinasinya sebesar 0,239 atau 23,9%. Hal ini berarti 23,9% variabel perkembangan usaha dapat dijelaskan oleh variabel pembinaan usaha. Sedangkan sisanya (100% - 23,9% = 76,1%) dijelaskan oleh faktor lain, selain faktor pembinaan usaha.

Pembinaan usaha yang diberikan oleh dinas terkait memberikan manfaat yang tinggi untuk wirausaha. Hal ini dikarenakan, pembinaan usaha yang diberikan oleh dinas terkait seperti prosedur dan persyaratan mudah untuk peminjaman modal serta bantuan permodalan dapat mencukupi kebutuhan modal wirausaha untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, pemberian pendidikan dan pelatihan dari dinas terkait dapat membantu wirausaha dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan dalam kegiatan produksi dan manajemen, membantu mengembangkan akses pasar, akses ke lembaga keuangan maupun memberikan bantuan pemecahan masalah yang dihadapi oleh wirausaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hal tersebut juga membuktikan bahwa teori yang menyatakan bahwa ada pengaruh kompetensi wirausaha terhadap perkembangan usaha adalah benar. Pola pembinaan yang dibutuhkan suatu usaha UKM, ternyata masih memerlukan juga bantuan yang tidak berupa *financial*, yaitu dalam bentuk rekomendasi atau bimbingan untuk meningkatkan usahanya (Subianto, 2002:3).

Berdasarkan hipotesis ketiga yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh antara variabel inovasi produk terhadap perkembangan usaha, hasilnya diperoleh bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh terhadap variabel perkembangan usaha, dengan signifikansi 5% diperoleh nilai t tabel sebesar 2,0322, dimana nilai t hitung (8,209) > t tabel (2,0322) sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisien determinasinya sebesar 0,665 atau 66,5%. Hal ini berarti 66,5% variabel perkembangan usaha dapat dijelaskan oleh variabel inovasi produk. Sedangkan sisanya (100% - 66,5% = 33,5%) dijelaskan oleh faktor lain, selain faktor inovasi produk.

Inovasi produk yang telah dilakukan dalam kategori tinggi. Inovasi produk yang dilakukan oleh terkait perubahan desain, inovasi teknis dan pengembangan produk diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk batiknya. Perubahan desain pada motif, kemasan, inovasi pada teknik produksi, memproduksi variasi motif, jenis produk, model maupun ukuran yang

disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan dan selera konsumen, dimaksudkan untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk UKM. Munculnya inovasi produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga inovasi produk merupakan salah satu alat yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi UKM. Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya dapat menciptakan pelanggan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Zimmerer, 2008:57).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kompetensi wirausaha, pembinaan usaha, inovasi produk dan perkembangan usaha dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Kompetensi wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif, hal ini berarti apabila semakin tinggi kompetensi wirausaha yang dimiliki oleh para pemilik usaha, maka akan menciptakan perkembangan usaha UKM batik di Sentra Pesindon yang semakin tinggi pula. Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan perkembangan usaha perlu adanya kompetensi wirausaha berupa *technical competence*, *marketing competence*, *finance competence* dan *human relation competence* dalam mengelola usahanya.
2. Pembinaan usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Apabila pembinaan usaha yang diberikan oleh dinas terkait berupa bantuan akses permodalan dan program pendidikan dan pelatihan dapat membantu pemilik UKM batik Pesindon dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan baik, maka akan dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan perkembangan usaha kecil dan menengah. Sebagian besar responden menyatakan bahwa bantuan akses permodalan telah mempermudah responden dalam mendapatkan sumber pendanaan untuk usahanya. Selain itu, program pendidikan dan pelatihan membantu responden dalam meningkatkan kemampuan dan keterampilannya dalam menjalankan usaha.
3. Inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Hal ini berarti apabila semakin baik inovasi produk yang dilakukan oleh pemilik UKM Batik di Sentra Pesindon, maka akan mendorong perkembangan usaha yang semakin tinggi. Sebagian besar responden melakukan inovasi produk karena semakin ketatnya persaingan antar pengusaha batik baik, yang pada akhirnya mendorong para pengusaha batik Pesindon untuk melakukan inovasi pada produk batiknya sebagai bentuk tanggap atas perubahan pasar yang terjadi. Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan perkembangan usaha perlu adanya inovasi produk baik dalam perubahan desain, inovasi teknis dan pengembangan produk.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penyusun memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi dinas terkait yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan, UMKM dan Koperasi Kota Pekalongan dan pada para pemilik usaha batik di Sentra Pesindon, antara lain:

1. Mengenai kompetensi wirausaha batik di bidang keuangan hendaknya dapat lebih ditingkatkan. Masih rendahnya tingkat pemahaman responden mengenai pembukuan dan penyusunan laporan keuangan, sebaiknya dinas terkait sebagai penyelenggara kegiatan pembinaan kepada UKM perlu meningkatkan intensitas dalam mengadakan sosialisasi dan pelatihan terpadu mengenai pemahaman penyusunan laporan keuangan, misalnya 3-4 kali dalam setahun. Hal ini dikarenakan, agar UKM batik Pesindon menjadi lebih menyadari akan

- pentingnya pembukuan dan penyusunan laporan keuangan dalam usahanya dan sangat mendukung UKM dalam memperoleh bantuan permodalan dari lembaga keuangan.
2. Perlunya peran semua pihak untuk membantu meningkatkan kompetensi yang dimiliki, seperti dengan mengaktifkan kembali media *telecenter* Pesindon dan menambah staff pengelola untuk membantu pemilik UKM menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh para wirausaha, sehingga wirausaha memperoleh tambahan pengetahuan dalam mengelola usahanya.
 3. Pada pembinaan usaha, perlu adanya pelatihan mengenai manajemen pengelolaan modal. Hal ini dikarenakan, sebagian besar responden masih sering melakukan keterlambatan dalam pelunasan pinjaman modal. Penyebabnya adalah responden sering menghutangkan barang dagangan, sering terjadi piutang yang tak tertagih dan barang dagangan belum terjual. Oleh karena itu, perlunya dinas terkait memberikan pelatihan tersebut guna membantu pemilik UKM batik Pesindon mengelola modal usahanya dengan baik agar tidak terjadinya keterlambatan pelunasan pinjaman modal. Dengan begitu, pemilik UKM dalam menjalankan usahanya tidak menimbulkan *cost capital* yang tinggi, pengembalian pinjaman modal lancar, menambah pengetahuan pemilik UKM dalam memutar modal usahanya sehingga dapat memperoleh keuntungan, dan mempertahankan UKM agar tidak kehilangan akses bantuan permodalan.
 4. Dinas terkait diharapkan dapat berperan aktif melakukan monitoring dan evaluasi secara periodik, misalnya dilakukan setiap akhir bulan untuk mengetahui perkembangan usaha UKM batik di Sentra Pesindon. Dinas terkait hendaknya selalu melakukan evaluasi pada setiap kegiatan pendidikan dan pelatihan yang diselenggarakan agar dapat meyakini bahwa kegiatan yang diselenggarakan benar-benar terlaksana secara efektif, serta dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perkembangan UKM batik Pesindon.
 5. Diharapkan dinas terkait dapat memberikan pemahaman kepada para pemilik UKM batik di Sentra Pesindon mengenai arti penting penggunaan teknologi informasi dan teknologi produksi modern dalam menjalankan usahanya. Hal ini dikarenakan masih banyak responden yang belum terhubung dengan saluran internet dan sebagian besar peralatan produksi yang masih tradisional. Oleh karena itu, dinas terkait hendaknya perlu memperkenalkan teknologi baru sehingga UKM batik Pesindon dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menjalankan kegiatan usaha agar produk yang dihasilkan UKM batik Pesindon dapat bersaing di pasaran.
 6. Mengenai perkembangan usaha, diharapkan dinas terkait memperhatikan kondisi perkembangan modal UKM batik Pesindon karena memiliki nilai rata-rata terendah, terutama mengenai perputaran modal kerja yang lambat. Hal ini dikarenakan, responden memberikan volume penjualan kredit yang besar, keterlambatan pelunasan piutang dan perputaran persediaan yang lambat. Akibatnya, sebagian modal mengendap (*idle cash*) pada piutang dan persediaan, sehingga modal kerja UKM tidak produktif yang dapat mengakibatkan kerugian bagi UKM jika terjadi secara terus-menerus. Oleh karena itu, perlu mendapatkan perhatian yang lebih dari dinas terkait karena berpengaruh terhadap perkembangan usaha UKM batik di Sentra Pesindon.
 7. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya meneliti variabel-variabel lain yang mempengaruhi perkembangan usaha, diluar variabel kompetensi wirausaha, pembinaan usaha dan inovasi produk. Hal ini berguna untuk dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha UKM, sehingga ke depannya dapat membantu pemecahan masalah perkembangan usaha pada UKM.

DAFTAR PUSTAKA

Tambunan, Tulus. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia : Beberapa Isu Penting*. Jakarta : Salemba Empat.

- Ardhani, Agnes Antin. 2004. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Usaha dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan. Studi pada Usaha Menengah Industri Pengolahan di Semarang*. Tesis. Undip.
- Lean, Jonathan. 1998. *Training and Business Development Support for Micro Business in Peripheral Area*. Journal of Industrial Training. Vol 22. Iss : 6.
- Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 23/Per/M.Kukm/XI/2005.
- Usmara, A. 2002. *Paradigma Baru : Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan keempat. Yogyakarta : Amara Books.
- Zimmerer Thomas W dan Norman M. Scarborough. 2002. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta : Prenhallindo.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan. Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Isono, Sadoko dan Heriyadi. 2001. *Pengembangan Usaha kecil : Pemihakan Setengah Hati*. Bandung : Yayasan Akatiga.
- Peraturan Pemerintah Nomor 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.
- Chandra, Gregorius. 2005. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Crawford, C. Merle; De Benedetto, C. Anthony. 2000. *New Product Management*. New York : McGraw-Hill.
- Haryadi, Dedi. 2001. *Tahap Perkembangan Usaha Kecil : Dinamika dan Peta Potensi Pertumbuhan*. Bandung : Akatiga.
- Adam I, Indra Wijaya. 2000. *Perubahan dan Pengembangan Organisasi*. Bandung : Sinar Baru.
- Purwanti, Endang. 2012. *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*. STIE AMA Salatiga. Among Makarti, Vol.5 No.9, Juli 2012.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.