

PENGARUH SIKAP KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP PEMBELAJARAN ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS

Hendi Eka Sumarga¹, Dudung Hadiwijaya²

Universitas Muhammadiyah Tangerang

hendi_es@umt.ac.id¹, dudung.hadiwijaya@umt.ac.id²

Keyword	Abstract
<i>Entrepreneurship Attitude, Market Orientation, Organizational Learning, Business Performance</i>	<i>The Small and Medium Enterprises (SMEs) sector has proven resilient, when the economic crisis in 1998, only the SME sector survived the collapse of the economy, while the larger sector fell by the crisis. The Role of Small and Medium Enterprises (SMEs) as an economic movement, its existence is the engine of growth for the growth and development of new entrepreneurs and the increasing performance of SMEs. However, SMEs still face obstacles in terms of technical expertise, competence, entrepreneurship and management as well. Furthermore, the problem faced is limited access to productive resources such as raw materials, capital, technology, market facilities and information. The purpose of this study was to analyze the influence of entrepreneurial attitudes and market orientation on learning in improving business performance of SMEs themselves. This research model consists of three hypotheses with four variables namely entrepreneurial attitude, market orientation and organizational learning on business performance. The data used is 82 SMEs in Tangerang City using the Structural Equation Modeling analysis tool in the Smart PLS program. The results of data analysis prove that all proposed hypotheses can be accepted. So it can be concluded that business performance is influenced by three factors, both directly and indirectly, namely organizational orientation, market orientation and entrepreneurial attitudes.</i>

©2018 JMB, All right reserved

I. PENDAHULUAN

Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai gerakan ekonomi, keberadaannya menjadi lokomotif penggerak (*engine of growth*) bagi tumbuh kembangnya wirausahawan baru dan meningkatnya kinerja UKM di Kota Tangerang. Namun UKM masih menghadapi kendala dalam hal keahlian teknis, kompetensi, kewirausahaan dan manajemen seada-nya. Selanjutnya masalah yang dihadapi adalah terbatasnya akses terhadap sumber-daya produktif seperti bahan baku, permodalan, teknologi, sarana dan informasi pasar.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Tangerang masih mengalami hambatan dalam pengembangan usaha. Lemahnya

penerapan orientasi pasar menyebabkan UKM di Kota Tangerang tidak dapat berkembang lebih maju, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kinerja bisnisnya.

UKM merupakan perusahaan yang sesuai untuk dijadikan objek penelitian. Karena dalam UKM terdapat hubungan antara sikap kewirausahaan, orientasi pasar, pembelajaran organisasi dan kinerja bisnis.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dibangun sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh sikap kewirausahaan terhadap pembelajaran organisasi
2. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap pembelajaran organisasi?

3. Bagaimana pengaruh pembelajaran organisasi terhadap kinerja bisnis?

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan (*Entrepreneurship*)

Menurut Thomas dan Scarborough (2008) *entrepreneurship* adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari.

Menurut Kuratko dan Hodgetts (2007), *entrepreneurship* adalah proses yang dinamis dalam menciptakan kekayaan. Kekayaan ini diciptakan oleh individu yang berani mengambil resiko, mengorbankan waktu, dan berkomitmen untuk menyediakan produk atau servis yang bernilai. Produk tersebut tidak harus baru atau unik tetapi harus bernilai.

Kinerja Bisnis

Menurut Fauzi (1995), kinerja merupakan suatu istilah umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode, seiring dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, suatu dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya.

Menurut Mulyadi (2001), kinerja adalah keberhasilan personil, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan.

Pembelajaran Organisasi

Garvin (2000) mendefinisikan pembelajaran organisasi sebagai keahlian organisasi untuk menciptakan, memperoleh, menginterpretasikan, mentransfer dan membagi pengetahuan, yang bertujuan memodifikasi perilakunya untuk menggambarkan pengetahuan dan wawasan baru. Sedangkan menurut Taylor pembelajaran organisasi merupakan kesempatan yang diberikan kepada pegawai sehingga organisasi menjadi lebih efisien (Luthans, 1995).

Pada dasarnya, pembelajaran organisasi adalah pengembangan dari pengetahuan atau wawasan baru yang mempunyai potensi untuk mempengaruhi perilaku (Sinkula, 1994 dalam Narver & Slater, 1995), atau proses peningkatan kegiatan melalui pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik (Fiol & Lyles, 1985 dalam Farrell, 2000), pembelajaran organisasi terjadi pada ketrampilan organisasi untuk menciptakan, menyerap dan menyebarkan pengetahuan dan

menjadi mampu memodifikasi perilaku yang mencerminkan pengetahuan dan wawasan baru (Garvin 1993 dalam Farrell, 2000).

Sikap Kewirausahaan

Dapat dikatakan bahwa orientasi pasar, dengan fokusnya pada pemahaman kebutuhan laten pada dasarnya bersifat wirausaha, namun nilai-nilai wirausaha harus diperjelas (Narver dan Slater, 1995). Dan inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang (Suryana, 2013)

Sikap kewirausahaan adalah kesiapan seseorang untuk merespon secara konsisten terhadap ciri-ciri yang dimiliki oleh seorang wirausaha, yaitu percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan risiko dan suka tantangan, kepemimpinan, keorisinan, dan berorientasi ke masa depan (Suryana, 2013).

Orientasi Pasar

Orientasi pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran (Tjiptono, 2008). Menurut Desphande dan Webster (1989), orientasi pasar merupakan budaya organisasi yang paling efektif dan efisien dalam menimbulkan perilaku untuk menciptakan "*superior value*" untuk konsumen dan menimbulkan keunggulan kinerja terus menerus terhadap bisnis (Narver dan Slater, 1990).

Kohli dan Jaworski (1990) menyatakan bahwa orientasi pasar adalah implementasi perusahaan terhadap konsep marketing, oleh karena itu organisasi berorientasi pasar merupakan organisasi yang melakukan secara konsisten konsep marketing.

Hipotesis

Berdasarkan uraian tersebut dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

- Hipotesis 1: Semakin tinggi sikap kewirausahaan, maka semakin tinggi pembelajaran organisasi.
- Hipotesis 2: Semakin tinggi orientasi pasar, maka semakin tinggi pembelajaran organisasi.
- Hipotesis 3: Semakin tinggi pembelajaran organisasi, maka semakin tinggi kinerja bisnis.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Data primer adalah data yang berkaitan dengan sikap kewirausahaan, orientasi pasar dan pembelajaran organisasi. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pemilik UKM kategori menengah di Kota Tangerang.

Kuesioner tersebut didesain dengan menggunakan skala likert 5 poin yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) kategorimenengah di Kota Tangerang sebanyak 445 orang. Menurut Slovin dalam Umar (2003)

untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 10 %.

Besarnya populasi adalah sebesar 445 orang, jadi besarnya sampel yang di gunakan adalah:

$$n = \frac{445}{1 + 445 \cdot (10\%)^2} = 81,65 \text{ dibulatkan menjadi } 82$$

Operasionalisasi Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Sikap Kewirausahaan(X1)	1. Kebutuhan berprestasi 2. Berani mengambil risiko 3. Kemampuan inovasi (Sumber: Koh, 1996 dan Suryana, 2003)	Ordinal
2	Orientasi Pasar(X2)	1. Orientasi pelanggan 2. Orientasi pesaing 3. Koordinasi lintas fungsi (Sumber: Narver & Slater, 1990)	Ordinal
3	Pembelajaran Organisasional(Y)	1. Komitmen terhadap pembelajaran 2. Berpikiran terbuka 3. Visi bersama (Sumber: Baker & Sinkula, 1999)	Ordinal
4	Kinerja Bisnis(Z)	1. Pangsa pasar 2. Persentase penjualan produk baru 3. Return on investment (ROI) (Sumber: Matsuno, dkk, 2002)	Rasio

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SEM (*Structural Equation Model*). Pendekatan SEM yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM berbasis varians dengan teknik *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM). PLS juga digunakan untuk mengolah data di bidang *econometrics* sebagai alternatif teknik SEM dengan dasar teori yang lemah.

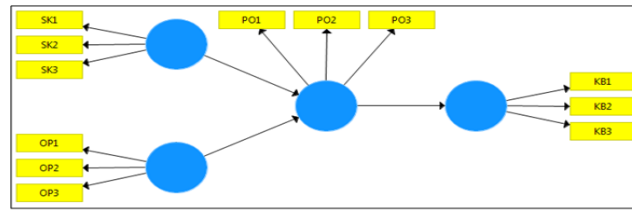
Terdapat dua model yang harus dianalisis dalam PLS, yaitu:

1. Menilai *outer model* atau *measurement model*
2. Menilai *inner model* atau model struktural

Pengujian hipotesis menggunakan analisis full model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan SmartPLS. Dalam *full model Structural Equatoin Modeling* selain mengkonfirmasi teori, juga menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Beberapa set hubungan dari analisis jalur semua variabel laten dalam PLS yaitu sebagai berikut:

1. *Inner model* yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten.
2. *Outer model* yang menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya.
3. *Weight relation* dimana nilai kasus dari variabel laten dapat diestimasi.

Berikut diagram jalur hubungan kausalitas antar konstruk beserta indikatornya seperti terlihat di bawah ini:



Gambar 1. Diagram Jalur Hubungan Kausalitas Antar Konstruk

Pengujian Hipotesis

Pengambilan keputusan atas penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Melihat nilai *outer weight* masing-masing indikator dan nilai signifikansinya. Nilai *weight* yang disarankan adalah diatas 0,50 (negatif) dan pada *T-stasistic* diatas nilai 1,96 untuk $p < 0,05$. Indikator yang memiliki nilai dibawah ketentuan tersebut harus didrop dari model dan kemudian dilakukan pengujian ulang.
2. Melihat nilai *inner weight* dari hubungan antar variabel laten. Nilai *weight* dari hubungan tersebut harus menunjukkan arah negatif dengan nilai *T-statistic* diatas 1,96 untuk $p < 0,05$.
3. Hipotesis alternatif (H_a) diterima jika nilai *weight* dari hubungan antar variabel laten menunjukkan arah negatif dengan nilai *T-statistic* diatas 1,96 untuk $p < 0,05$. Sebaliknya, H_a ditolak jika nilai *weight* dari hubungan antar variabel menunjukkan arah positif dan nilai *T-stasistic* dibawah nilai 1,96 untuk $p < 0,05$.

Nilai t-tabel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebesar 1,96 untuk signifikansi $p < 0,05$. Selanjutnya nilai t-tabel tersebut dijadikan sebagai nilai *cut-off* untuk

penerimaan atau penolakan hipotesis yang diajukan.

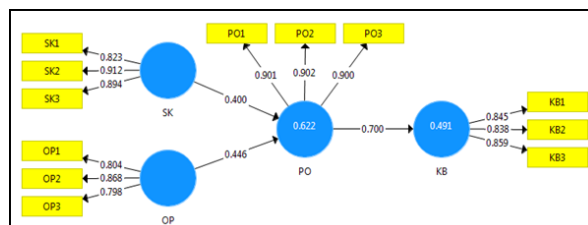
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

I. Evaluasi Model Pengukuran

Dalam penelitian ini, langkah pertama yang dilakukan adalah evaluasi hubungan antara variabel dengan indikatornya. Evaluasi ini meliputi dua tahap, yaitu evaluasi terhadap *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* dapat dievaluasi dalam tiga tahap, yaitu indikator validitas, reliabilitas konstruk, dan nilai *average variance extracted(AVE)*. Indikator validitas dapat dilihat dari nilai *loading factor*. Bila nilai *loading factor* suatu indikator $> 0,70$ dapat dikatakan valid. Sebaliknya, bila nilai *loading factor* kurang dari 0,70; maka dikeluarkan dari model.

Berikut adalah evaluasi model pengukuran terhadap indikator sikap kewirausahaan (SK), orientasi pasar (OP), pembelajaran organisasi (PO), dan kinerja bisnis (KB) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0



Gambar 2. PLS Algorithm Output

Tabel 2. Nilai Loading Factor Indikator

Indikator	Nilai Loading Factor
SK1 ← SK	0,823
SK2 ← SK	0,912
SK3 ← SK	0,894
OP1 ← OP	0,804
OP2 ← OP	0,868
OP3 ← OP	0,798

PO1 ← PO	0,901
PO2 ← PO	0,902
PO3 ← PO	0,900
KB1 ← KB	0,845
KB2 ← KB	0,838
KB3 ← KB	0,859

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan Gambar 2 dan Tabel 2 semua indikator memiliki nilai *loading factor* > 0,70; sehingga semua indikator dinyatakan valid, dan tidak ada satupun indikator dikeluarkan dari model.

Pemeriksaan selanjutnya dari *convergent validity* adalah reliabilitas konstruk dengan melihat *output composite reliability* atau *cronbach's alpha*. Kriteria dikatakan cukup reliabel apabila nilai *composite reliability* > 0,70 atau *cronbach's alpha* ≥ 0,5 dan lebih baik jika > 0,7. Berikut adalah *output composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Tabel 3. Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Konstruk	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Sikap Kewirausahaan (SK)	0,909	0,852
Orientasi Pasar (OP)	0,863	0,785
Pembelajaran Organisasi (PO)	0,929	0,885
Kinerja Bisnis (KB)	0,884	0,808

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 3, semua konstruk memiliki nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 dan nilai *cronbach's alpha* > 0,5, sehingga dapat disimpulkan semua konstruk reliabel.

Pemeriksaan terakhir dari *convergent validity* adalah melihat *output average variance extracted (AVE)*. Konstruk memiliki *convergent validity* yang baik adalah apabila nilai *AVE* > 0,5.

Tabel 4. Average Variance Extracted(AVE)

Konstruk	Average Variance Extracted (AVE)
Sikap Kewirausahaan (SK)	0,743
Orientasi Pasar (OP)	0,734
Pembelajaran Organisasi (PO)	0,799
Kinerja Bisnis (KB)	0,637

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4, semua nilai *average variance extracted (AVE)* konstruk > 0,50; maka dapat disimpulkan semua konstruk memiliki *convergent validity* yang baik.

Evaluasi *discriminant validity* dilakukan dengan melihat nilai *cross loadings*. Kriteria dalam *cross loadings* adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstruknya haruslah berkorelasi lebih tinggi dengan konstruknya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hasil *output cross loadings* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Cross Loadings

Indikator	SK	OP	PO	KB
SK1	0,823	0,590	0,480	0,710
SK2	0,912	0,643	0,695	0,690

Indikator	SK	OP	PO	KB
SK3	0,894	0,696	0,703	0,643
OPI	0,657	0,804	0,509	0,802
OP2	0,680	0,868	0,622	0,782
OP2	0,498	0,798	0,674	0,471
PO1	0,631	0,606	0,901	0,552
PO2	0,674	0,734	0,902	0,703
PO3	0,661	0,650	0,900	0,625
KBI	0,592	0,706	0,476	0,845
KB2	0,572	0,586	0,560	0,838
KB3	0,754	0,773	0,702	0,859

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan hasil Tabel 5, *cross loading* setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan konstruknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

2. Evaluasi Model Struktural (Uji Hipotesis)

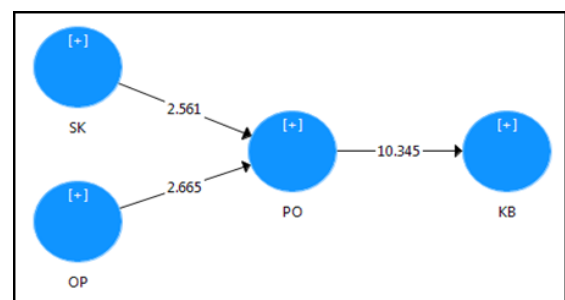
Langkah pertama yang dilakukan adalah melihat korelasi antara konstruk berdasarkan hasil *Latent Variable Correlations* berikut ini.

Tabel 6. Nilai Korelasi Antara Konstruk

Korelasi Antara Konstruk	Nilai Korelasi
Sikap Kewirausahaan (SK) terhadap Pembelajaran Organisasi (PO)	0,728
Orientasi Perusahaan (OP) terhadap Pembelajaran Organisasi (PO)	0,740
Pembelajaran Organisasi (PO) terhadap Kinerja Bisnis (KB)	0,700

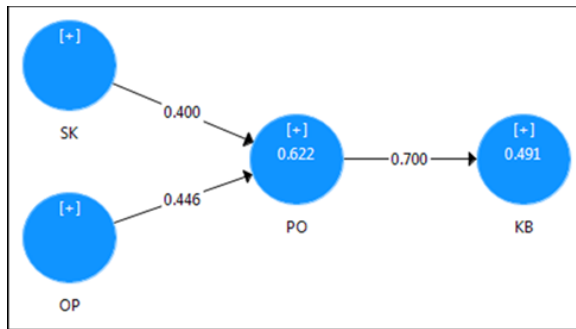
Sumber: Data primer diolah (2018)

Untuk melihat signifikansi hubungan jalur antara konstruk, maka dilihat nilai t-hitung jalur seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. T-hitung Jalur

Berdasarkan Gambar 3 diketahui semua hubungan jalur bersifat signifikan, karena memiliki t-hitung lebih dari 1,96. Adapun koefisien jalur dapat dilihat pada Gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Koefisien Jalur

Untuk mendapatkan persentase pengaruh antara konstruk dengan cara mengalikan nilai korelasi antar konstruk dengan koefisien jalur kemudian dikalikan seratus persen. Berikut perhitungan persentase pengaruh antar konstruk:

1. Persentase pengaruh sikap kewirausahaan (SK) terhadap pembelajaran organisasi (PO) adalah: $0,728 \times 0,400 \times 100\% = 29,12\%$.
2. Persentase pengaruh orientasi perusahaan (OP) terhadap pembelajaran organisasi (PO) adalah: $0,740 \times 0,446 \times 100\% = 33,00\%$.
3. Persentase pengaruh pembelajaran organisasi (PO) terhadap kinerja bisnis (KB) adalah: $0,700 \times 0,700 \times 100\% = 49,00\%$.

a. Uji Hipotesis 1

Hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah semakin tinggi sikap kewirausahaan maka semakin tinggi pembelajaran organisasi. Berdasarkan Gambar 3 diketahui hubungan jalur sikap kewirausahaan (SK) terhadap pembelajaran organisasi (PO) positif dan signifikan, karena memiliki nilai t-hitung positif dan lebih besar dari 1,96 yaitu 2,561. Jadi dapat disimpulkan Hipotesis 1 diterima yaitu semakin tinggi sikap kewirausahaan, maka akan semakin tinggi pembelajaran organisasi.

Pada Tabel 6 diketahui besarnya korelasi antara sikap kewirausahaan (SK) dengan pembelajaran organisasi (PO) sebesar 0,728. Angka ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara sikap kewirausahaan (SK) dengan pembelajaran organisasi (PO). Sikap kewirausahaan (SK) mempengaruhi pembelajaran organisasi (PO) sebesar 29,12%.

b. Uji Hipotesis 2

Hipotesis 2 pada penelitian ini adalah semakin tinggi orientasi pasar, maka semakin tinggi pembelajaran organisasi. Berdasarkan Gambar 3 diketahui hubungan jalur orientasi pasar (OP) terhadap pembelajaran organisasi (PO) positif dan signifikan, karena memiliki nilai

t-hitung positif dan lebih besar dari 1,96 yaitu 2,665. Jadi disimpulkan Hipotesis 2 diterima yaitu semakin tinggi orientasi pasar, maka semakin tinggi pembelajaran organisasi.

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa besarnya korelasi antara orientasi pasar (OP) dengan pembelajaran organisasi (PO) sebesar 0,740. Angka ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara orientasi pasar dengan pembelajaran organisasi. Dan orientasi pasar (OP) mempengaruhi pembelajaran organisasi (PO) sebesar 33,00%.

c. Uji Hipotesis 3

Hipotesis 3 dalam penelitian ini adalah semakin tinggi pembelajaran organisasi, maka semakin tinggi kinerja bisnis. Berdasarkan Gambar 3 diketahui hubungan jalur pembelajaran organisasi (PO) terhadap kinerja bisnis (KB) positif dan signifikan, karena memiliki nilai t-hitung positif dan lebih besar dari 1,96 yaitu 10,345. Jadi dapat disimpulkan Hipotesis 3 diterima yaitu pembelajaran organisasi, maka semakin tinggi kinerja bisnis

pada Tabel 6 diketahui besarnya korelasi antara pembelajaran organisasi (PO) dengan kinerja bisnis (KB) sebesar 0,700. Angka ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara pembelajaran organisasi dengan kinerja bisnis. Pembelajaran organisasi (PO) mempengaruhi kinerja bisnis (KB) sebesar 49,00%.

4. Evaluasi Goodness of Fit (GoF)

Untuk mengevaluasi GoF, maka diperlukan nilai akhir R^2 dari tabel *R Square*.

Tabel 7. Nilai R Square

Konstruk	R-Square (R^2)
Pembelajaran Organisasi (PO)	0,622
Kinerja Bisnis (KB)	0,491

Sumber: Data primer diolah (2018)

Nilai R^2 konstruk pembelajaran organisasi (PO) adalah 0,792; artinya konstruk sikap kewirausahaan dan orientasi pasar (OP) secara simultan mampu menjelaskan *variability* konstruk pembelajaran organisasi (PO) sebesar 62,2%. Nilai R^2 konstruk kinerja bisnis (KB) adalah 0,491; artinya konstruk pembelajaran organisasi (PO) mampu menjelaskan *variability* konstruk kinerja bisnis (KB) sebesar 49,1%.

Setelah dilakukan pengolahan data di atas, maka dapat melakukan validasi mode secara keseluruhan, dilihat dari *goodness of fit (GoF)* yang formulanya adalah sebagai berikut.

$$GoF = \sqrt{Com \times R^2}$$

$$Com = AVE$$

GoF konstruk pembelajaran organisasi (PO) adalah:

$$GoF = \sqrt{0,799 \times 0,622} = 0,497$$

GoF konstruk kinerja bisnis (KB) adalah:

$$GoF = \sqrt{0,637 \times 0,491} = 0,313$$

Nilai GoF terbentang antara 0 sd 1 dengan interpretasi nilai-nilai: 0,1 (GoF kecil), 0,25 (GoF moderat), dan 0,36 (GoF besar). Nilai GoF pembelajaran organisasi (PO) adalah 0,497 tergolong besar karena lebih dari 0,36. Nilai GoF kinerja bisnis (KB) adalah 0,313 tergolong moderat. Maka disimpulkan, secara keseluruhan model struktur adalah *fit*.

Pembahasan

1. Pengaruh Sikap Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi

Sikap kewirausahaan diketahui memiliki nilai t-hitung positif dan lebih besar dari 1,96 yaitu 2,561; maka Hipotesis 1 diterima, artinya semakin tinggi sikap kewirausahaan, maka semakin tinggi pembelajaran organisasi.

Sikap kewirausahaan berpengaruh terhadap pembelajaran organisasi dengan nilai korelasi sebesar 0,728 yang berarti sikap kewirausahaan memberikan pengaruh cukup kuat arah positif terhadap pembelajaran organisasi dengan pengaruh sebesar 29,12%. Arah hubungan positif sikap kewirausahaan dengan pembelajaran organisasi menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan yang tinggi diikuti dengan pembelajaran organisasi tinggi pula.

2. Pengaruh Orientasi pasar terhadap Pembelajaran Organisasi

Orientasi pasar diketahui memiliki nilai t-hitung positif dan lebih besar dari 1,96 yaitu 2,665; maka Hipotesis 2 diterima, artinya semakin tinggi orientasi pasar, maka semakin tinggi pembelajaran organisasi.

Orientasi pasar berpengaruh terhadap pembelajaran organisasi dengan nilai korelasi sebesar 0,740 yang berarti orientasi pasar memberikan pengaruh cukup kuat arah positif terhadap pembelajaran organisasi dengan pengaruh sebesar 33,00%. Arah hubungan positif orientasi pasar dengan pembelajaran organisasi menunjukkan bahwa orientasi pasar yang tinggi diikuti dengan pembelajaran organisasi tinggi pula.

3. Pengaruh Pembelajaran organisasi terhadap Kinerja bisnis

Pembelajaran organisasi diketahui memiliki nilai t-hitung positif dan lebih besar dari 1,96 yaitu 10,345; maka Hipotesis 3 diterima, artinya semakin tinggi pembelajaran organisasi, maka semakin tinggi kinerja bisnis.

Pembelajaran organisasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis dengan nilai korelasi sebesar 0,700 yang berarti pembelajaran organisasi memberikan pengaruh cukup kuat arah positif terhadap kinerja bisnis dengan pengaruh sebesar 49,00%. Arah hubungan positif pembelajaran organisasi dengan kinerja bisnis menunjukkan bahwa pembelajaran organisasi yang tinggi diikuti dengan kinerja bisnis tinggi pula.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelajaran organisasi pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kategori Menengah di Kota Tangerang. Jika sikap kewirausahaan tinggi, maka berpengaruh terhadap pembelajaran organisasi, sebaliknya jika sikap kewirausahaan rendah, maka pembelajaran organisasi menurun.
2. Orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelajaran organisasi pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kategori Menengah di Kota Tangerang. Jika orientasi pasar tinggi, maka berpengaruh terhadap pembelajaran organisasi, sebaliknya jika orientasi pasar rendah, maka pembelajaran organisasi menurun.
3. Pembelajaran organisasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kategori Menengah di Kota Tangerang. Jika pembelajaran organisasi tinggi, maka berpengaruh terhadap kinerja bisnis, sebaliknya jika pembelajaran organisasi rendah, maka kinerja bisnis menurun.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disarankan sebagai berikut:

1. Pengusaha UKM kategori menengah di Kota Tangerang bisa terus memperdalam pembelajaran organisasi dan akhirnya meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.

2. Sebaiknya para UKM kategori menengah di Kota Tangerang menghadiri pelatihan manajerial yang diharapkan dapat membantu mengembangkan usahanya.
3. Agar lebih mendukung penelitian secara lebih luas maka disarankan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang penelitian UKM kategori menengah di Kota Tangerang agar menambahkan variabel lain seperti variabel Identifikasi Lokasi dan Kinerja Layanan, Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. 2007. **Seri Wirausaha yang Tepat**. Jakarta: Yayasan Bina Karya Mandiri.
- Baker, William E. dan James M. Sinkula, 1999. **“The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance”**, Journal of the Academy of Marketing Science, vol. 27, p. 411-427.
- Farrell, Mark A., 2000. **“Developing a Market-Oriented Learning Organisation”**. Australian Journal of Management, vol. 25, p.202-222.
- Ferdinand, Augusty, 2006. **Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi. Tesis. dan Disertasi Ilmu Manajemen, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.**
- Garvin, David, 2000. **Learning in Action; A Guide to putting the learning organization work**. Harvard Business Review, USA.
- Koh, Hian Chye, 1996. **“Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A study of Hongkong MBA student”**, Journal of Managerial Psychology, vol 11, issue 3, p.1-11.
- Kohli, Ajay K. and Jaworski, Bernard J., 1990. **“Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications”**, Journal of Marketing, vol 54, p.1-18.
- Kuratko, Donald and Hodgetts, Richard, 2007. **Entrepreneurship Theory, Process and Practise**, seven edition, Canada: Thomson South-Western.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (2001). **Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle**. Journal of Business Venturing, 16(5): 429-451
- Luthans, Fred. 1995. **Organizational Behavior**, New York: McGraw Hill International.
- Matsuno, Ken; Mentzer, John T.; Ozmoser, Aysegul, 2002. **“The Effects of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance”**, Journal of Marketing, vol 66, issue 3, p. 18-32
- Mulyadi, 2001. **Sistem Akuntansi**, Edisi Tiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustafa, Zainal EQ. dan Wijaya, Toni, 2012. **Panduan Teknik Statistik SEM & PLS dengan SPSS AMOS**, Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Narver, John C. and Slater, Stanley F., 1990. **“The effect of a Market Orientation on Business Profitability”**. Journal of Marketing, Oct, p. 20-35.
- Narver, John C. and Slater, Stanley F., 1995. **“Market Orientation and the Learning Organization”**. Journal of Marketing, vol. 59, July, p. 63-74.
- Suryana, 2013. **Kewirausahaan - Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses**. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy dkk., 2008. **Pemasaran Strategik**, Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein, 2003. **Metode Riset Bisnis**, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Zimmerer, Thomas W dan Scarborough, Norman M., 2008. **Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil**, Jakarta: Salemba Empat.