

PENGARUH MODERNITAS SIKAP KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN UMKM TEMPE DAN TAHU DI KABUPATEN BOGOR

Andina Dyah Rahmadhani Aditya¹⁾, dan Heny K.S Daryanto²⁾

^{1,2)}Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

¹⁾andina.aditya@gmail.com

ABSTRACT

Entrepreneurship widely-known as the boosting factor for competent human resources. Entrepreneurship has relation with the development of SMEs, such as business in tempeh and tofu. Bogor has many soybean products SMEs. The entrepreneurs must have modernity entrepreneurship attitude to develop the business. The purpose of this study is to analyze the influence of modernity entrepreneurship attitude towards the success of soybean SMEs unit in Bogor Regency. The data were analyzed descriptively and quantitatively using Partial Least Square analyzing the influences between latent variables. The results showed that the attributes of modernity entrepreneurship attitude that are found for tempe producers are innovative, hardwork, respect for time, and individual responsibility, where attributes for the entrepreneurs who produce tofu are innovative, hardwork, respect for time, achievement motivation, self-confidence, and individual responsibility. Attributes of success of the business run by both tempe and tofu producers are the increasing number of consumer and profit gained. Modernity entrepreneurship attitude significantly influenced the success of the business. Government's support are required in order to support the capital incentive, events of entrepreneurship competition, and achievement/reward for the entrepreneurs.

Keyword(s): attitude, entrepreneurship, modernity, SMEs, soybean

ABSTRAK

Kewirausahaan telah dikenal secara luas sebagai pendorong munculnya sumber daya manusia yang berkualitas. Kewirausahaan memiliki kaitan erat dengan pengembangan UMKM, salah satunya UMKM tempe dan tahu. Bogor memiliki UMKM berbasis kedelai yang cukup banyak. Para pelaku usaha harus memiliki modernitas sikap kewirausahaan untuk mengembangkan usaha. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh modernitas sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan unit UMKM pengolahan kedelai di Kabupaten Bogor. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif menggunakan *Partial Least Square* untuk menganalisis pengaruh antar variabel laten. Hasil menunjukkan bahwa atribut modernitas sikap kewirausahaan yang terlihat pada pelaku usaha pembuatan tempe adalah keinovatifan, kerja keras, menghargai waktu, dan tanggung jawab individual, sedangkan untuk pelaku usaha pembuatan tahu adalah keinovatifan, kerja keras, menghargai waktu, motivasi berprestasi, percaya diri dan tanggung jawab individual. Atribut keberhasilan usaha yang terlihat dari usaha pembuatan tempe dan tahu adalah peningkatan jumlah konsumen dan profit. Modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha tempe dan tahu berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pemerintah diperlukan untuk memberi dukungan fasilitas seperti modal, pengadaan kompetisi wirausaha, dan pemberian penghargaan terhadap pelaku usaha.

Kata Kunci: kedelai, kewirausahaan, modernitas, sikap, UMKM

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah dikenal secara luas sebagai pendorong munculnya sumberdaya manusia yang berkualitas. Kewirausahaan memiliki peranan yang penting bagi pembangunan ekonomi suatu negara. Menurut Wennekers dan Thurik (1999) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan faktor utama yang memengaruhi pergerakan ekonomi yaitu dengan meningkatkan persaingan dan kesejahteraan, memperkenalkan inovasi, serta dengan menyediakan pekerjaan.

Membangun kemandirian ekonomi melalui kewirausahaan merupakan suatu hal yang sangat penting. Jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2012 mencapai 241,547 juta dengan jumlah angkatan kerja mencapai 120,410 juta orang. Jumlah penduduk yang bekerja sebanyak 112,800 juta orang, sedangkan 7,610 juta orang atau sekitar 6,32 persen dari total angkatan kerja masih menganggur (BPS, 2013). Untuk mengatasi keterbatasan penyerapan tenaga kerja, berbagai upaya dilakukan antara lain pengembangan sikap kewirausahaan yang merupakan pola tingkah laku dalam menjalankan usaha dengan tujuan mencapai suatu keberhasilan. Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan potensi kewirausahaan adalah melalui program Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN). Program tersebut telah diklaim berhasil meningkatkan angka wirausaha yang ada di Indonesia dimana sebelum dicanangkan program GKN tahun 2011 presentase wirausaha di Indonesia baru sekitar 0,18 persen, saat ini tahun 2014 presentase tersebut me-

ningkat menjadi 1,65 persen dari jumlah penduduk di Indonesia (KEMENKOP dan UKM 2014).

Kewirausahaan memiliki kaitan yang erat dengan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2013), jumlah UMKM yang ada di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup bagus dan data perkembangan jumlah UMKM di Indonesia tahun 2009-2012 dapat dilihat pada Lampiran 1.

UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2013, UMKM kurang lebih memberikan kontribusi sebesar 50 persen terhadap PDB nasional dan setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan.

UMKM di setiap provinsi di Indonesia memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia begitu juga dengan provinsi Jawa Barat. Sejauh ini, menurut KUMKM (2011) posisi dan peran UMKM di Jawa Barat merupakan pelaku ekonomi yang cukup dominan dengan jumlah unit usaha mencapai 8.200 juta atau sekitar 6,17 persen dari total pelaku UMKM di Indonesia.

UMKM diklasifikasikan menurut jenis usahanya. Salah satunya adalah UMKM pengolahan kedelai menjadi tempe dan tahu. Kedelai merupakan salah satu komoditas pangan yang banyak diminati masyarakat Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan konsumsi kedelai di Indonesia tahun 2013 sebesar 2,250 juta ton per tahun (SETKAB, 2013). Konsumsi masyarakat Indonesia akan kedelai dalam bentuk produk olahan. Produk olahan kedelai antara lain tempe dan tahu yang merupakan sumber protein nabati yang banyak dikonsumsi sebagian besar masyarakat Indonesia. Kebutuhan kedelai dari tahun ke tahun semakin meningkat, namun Indonesia mengalami berbagai permasalahan seperti ketersediaan dalam negeri yang belum mencukupi, sehingga untuk memenuhi kekurangan kebutuhan dalam negeri harus melakukan impor. Ketergantungan kedelai terhadap produk impor juga berpengaruh terhadap harga di dalam negeri akibat fluktuasi harga kedelai di pasar internasional (BKP Pertanian, 2013).

Kabupaten Bogor merupakan salah satu sentra UMKM tempe dan tahu di Jawa Barat. Berdasarkan data dari KOPTI Kabupaten Bogor tahun 2012, jumlah UMKM tempe dan tahu di Kabupaten Bogor pada tahun tersebut sebanyak 915 unit yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 3.932 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa industri tempe dan tahu mampu menjadi motor penggerak perekonomian Kabupaten Bogor. Apabila dibandingkan dengan industri sejenis di wilayah

Kota Bogor, menurut data dari PRIMKOPTI (2012) jumlah UMKM tempe dan tahu di Kota Bogor lebih sedikit dibandingkan di Kabupaten Bogor yaitu sebanyak 255. Berdasarkan uraian di atas, maka dipilihlah wilayah Kabupaten Bogor sebagai lokasi pada penelitian ini yang didasarkan pada *frame sampling* dari KOPTI Kabupaten Bogor.

Unit usaha mikro, kecil, dan menengah pengolahan kedelai di Kabupaten Bogor merupakan salah satu sektor industri yang cukup banyak dan diberikan perhatian khusus oleh pemerintah Kabupaten Bogor. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengurus KOPTI Kabupaten Bogor diketahui bahwa ketika terjadi lonjakan harga kedelai, beberapa pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu yang ada di Kabupaten Bogor berhenti melakukan produksi secara sementara. Selain itu, beberapa target yang ingin dicapai oleh para pelaku UMKM ini antara lain adalah para pelaku usaha tempe dan tahu dengan mudah mendapatkan bahan baku kedelai yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, bentuk kemasan tempe dan tahu yang lebih menarik, mempunyai diferensiasi produk tempe dan tahu dibandingkan dengan produk tahu tempe daerah lain, dan memiliki *brand* khusus.

Pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu memiliki karakteristik yang berbeda dalam menjalankan usahanya, maka perlu dilakukan identifikasi terhadap karakteristik masing-masing individu pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu di Kabupaten Bogor. Karakteristik

tersebut terdiri dari karakteristik personal dari pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu serta karakteristik usaha yang dijalankannya.

Sikap kewirausahaan yang modern merupakan ciri-ciri yang melekat pada wirausaha yang berhasil. Pengalaman para pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu selama beberapa tahun ini dan pelatihan serta pembinaan akan mempermudah anggota untuk mengadopsi modernitas sikap kewirausahaan. Modernitas sikap kewirausahaan diharapkan dapat menunjang keberhasilan dari usaha yang dijalankan, mengatasi permasalahan yang berhubungan dengan usaha yang dijalankan dan pencapaian target yang diharapkan oleh para pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu di Kabupaten Bogor. Modernitas sikap kewirausahaan terdiri dari beberapa atribut yang membangunnya. Maka dari itu perlu adanya identifikasi atribut modernitas sikap kewirausahaan yang ada pada pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu. Berdasarkan uraian di atas, perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana karakteristik pelaku usaha tempe dan tahu di Kabupaten Bogor?
- 2) Apa saja atribut modernitas sikap kewirausahaan dan keberhasilan usaha yang ada pada pelaku usaha tempe dan tahu di Kabupaten Bogor?
- 3) Bagaimana pengaruh modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha tempe dan tahu di Kabupaten Bogor dengan keberhasilan dalam usaha?

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Mendeskripsikan karakteristik wirausaha pelaku usaha tempe dan tahu di Kabupaten Bogor.
- 2) Menganalisis atribut modernitas sikap kewirausahaan dan keberhasilan usaha yang ada pada pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu di Kabupaten Bogor.
- 3) Menganalisis pengaruh modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha tempe dan tahu di Kabupaten Bogor dengan keberhasilan dalam usaha.

KERANGKA PEMIKIRAN

Sikap

Thurstone *et al.* (1931) mengartikan sikap sebagai suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Menurut Azwar (1998) merumuskan tiga komponen yang membentuk sikap yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

Komponen kognitif yang berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau yang benar bagi objek sikap, sekali kepercayaan terbentuk maka akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang dapat diharapkan dari objek tertentu. Komponen selanjutnya adalah afektif yang menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap, secara umum komponen afektif disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Perilaku atau konatif yang merupakan komponen sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada

dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya.

Sikap Kewirausahaan dan Manusia Modern

Douglas dan Shepherd (2005) mendefinisikan kewirausahaan sebagai sikap individu dan kemampuan dalam menjalankan usaha. Sikap kewirausahaan digambarkan melalui beberapa atribut yaitu otonomi, berani berisiko dan kerja keras. Sedangkan kemampuan kewirausahaan meliputi pemanfaatan peluang, tanggung jawab dalam menjalankan usaha, dan dapat memecahkan masalah secara kreatif dan terampil (Fitzimons dan Douglas, 2005).

Keputusan untuk menerapkan kewirausahaan telah terbukti memiliki hubungan dengan kemampuan yang berasal dari *self employment*. Individu yang memiliki sikap kewirausahaan akan lebih memiliki kesempatan berhasil dalam menjalankan usahanya sendiri dibandingkan sebagai pekerja. (Douglas dan Shepherd, 2000). Sikap kewirausahaan menurut Tawardi (1999) merupakan kesiapan untuk merespon secara konsisten terhadap ciri-ciri yang dimiliki wirausaha.

McClelland (1961) mengemukakan bahwa beberapa sikap dan tingkah laku manusia dipenuhi oleh kebutuhan-kebutuhan yang ada dalam dirinya. Pada konsepnya mengenai motivasi, dalam diri individu terdapat tiga kebutuhan pokok yang mendorong tingkah lakunya. Konsep tingkah laku dikenal dengan *Social Motives Theory*. Kebutuhan yang dimaksudkan teori tersebut adalah *need*

for achievement, need for affiliation, need for power.

Menurut McClelland (1961), ciri sikap kewirausahaan mempunyai kemiripan dengan orang yang memiliki motif berprestasi (*need of achievement*). Ciri sikap kewirausahaan tersebut yaitu senantiasa berusaha untuk memperoleh hasil yang baik, berani mengambil risiko pada taraf rata-rata, mempunyai tanggung jawab pribadi, dan senantiasa menginginkan segera umpan balik hasil pekerjaannya untuk mengevaluasi dan memperbaiki tindakannya di masa depan.

Menurut Meredith *et al.* (1989), ciri-ciri individu yang memiliki sikap kewirausahaan yaitu *fleksible* dan supel dalam bergaul, mampu memanfaatkan peluang yang ada, memiliki pandangan ke depan, cerdas dan lihai. Ciri yang lainnya adalah tanggap terhadap situasi yang berubah-ubah dan tidak menentu, mempunyai kepercayaan diri dan mampu bekerja mandiri, mempunyai pandangan yang optimis, dinamis, serta mempunyai jiwa kepemimpinan. Selain itu individu dengan sikap kewirausahaan yang ada pada dirinya mempunyai motivasi yang kuat untuk menyelesaikan tugasnya dengan baik dan teguh dalam pendiriannya, sangat mengutamakan prestasi, dan memperhitungkan faktor-faktor yang menghambat dan faktor penunjang, memiliki disiplin diri yang tinggi, berani mengambil risiko dengan memperhitungkan tingkat kegagalannya.

Teori modernisasi klasik banyak membahas mengenai manusia modern salah satunya adalah yang diungkapkan oleh Inkeles yang diacu oleh Suwarsono

dan So (1994). Ciri-ciri manusia modern adalah terbuka terhadap pengalaman baru yang berarti manusia modern selalu berkeinginan untuk mencari sesuatu yang baru. Ciri manusia modern selanjutnya adalah memiliki sikap untuk semakin independen terhadap berbagai bentuk otoritas tradisional, percaya terhadap ilmu pengetahuan termasuk percaya pada kemampuan diri. Selain itu manusia modern memiliki orientasi mobilitas dan ambisi hidup yang tinggi, memiliki rencana jangka panjang, dan ikut berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut Soekanto Soerjono (1982) terdapat delapan ciri-ciri manusia modern yaitu memiliki sikap terbuka terhadap pengalaman dan penemuan, memiliki kesiapan untuk menerima perubahan-perubahan setelah menilai kekurangan-kekurangan yang dihadapinya saat itu, mempunyai kepekaan terhadap masalah-masalah yang terjadi sekitarnya. Ciri manusia modern selanjutnya adalah mempunyai kesadaran bahwa masalah-masalah tersebut berkaitan dengan dirinya, mempunyai informasi yang lengkap mengenai pendiriannya, berorientasi ke masa kini dan masa mendatang. Manusia modern dapat menyadari potensi-potensi yang ada pada dirinya dan yakin bahwa potensi tersebut akan dapat dikembangkan, memiliki kepekaan terhadap perencanaan, tidak pasrah pada nasib, percaya pada kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam meningkatkan kesejahteraan umat manusia, menyadari dan menghormati hak-hak dan kewajiban-kewajiban serta kehormatan pihak lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di 14 wilayah pelayanan (kecamatan) di Kabupaten Bogor. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Kabupaten Bogor banyak terdapat UMKM pembuatan tempe dan tahu menurut data dari KOPTI Kabupaten Bogor 2012. Pengumpulan data dilakukan selama 3 bulan dari bulan Desember 2013 sampai dengan Februari 2014.

Responden dari penelitian ini adalah 65 unit UMKM pembuatan tempe dan tahu yang terdiri dari 32 pelaku usaha pembuatan tempe dan 33 pelaku usaha pembuatan tahu di Kabupaten Bogor. Teknik pengambilan sampel atau pemilihan responden dengan menggunakan metode *simple random sampling* secara proporsional. Metode tersebut dilakukan dengan membagi masing-masing jumlah pelaku usaha tempe maupun tahu di setiap kecamatan dengan jumlah keseluruhan masing-masing pelaku usaha dikalikan dengan jumlah minimal *sampel* secara statistik.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan pengurus KOPTI dan pelaku usaha di lokasi masing-masing. Data sekunder diperoleh dengan cara mempelajari buku dan sumber yang relevan dengan topik yang diteliti dari Kementrian Koperasi dan UMKM, Badan Pusat Statistik, dan KOPTI Kabupaten Bogor.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif. Analisis des-

kriptif digunakan untuk menggambarkan modernitas sikap kewirausahaan yang ada pada diri pelaku unit usaha pembuatan tempe dan tahu di Kabupaten Bogor serta bagaimana kondisi UMKM tersebut. Selain itu, modernitas sikap kewirausahaan dianalisis secara kuantitatif melalui pemberian *score* pada setiap jawaban kuesioner serta untuk menganalisis pengaruh modernitas sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha digunakan alat analisis *Partial Least Square*.

Path Modelling Partial Least Square dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel laten dan atribut dari variabel laten yang terlihat pada diri pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu di Kabupaten Bogor. Variabel laten pada penelitian ini adalah modernitas sikap kewirausahaan dan keberhasilan usaha. Variabel laten modernitas sikap kewirausahaan terdiri dari atribut mengetahui prioritas utama (X1), bersedia menanggung risiko (X2), keinovatifan (X3), kerja keras (X4), menghargai waktu (X5), motivasi berprestasi (X6), percaya diri (X7), tanggung jawab individual (X8). Sedangkan, variabel laten kinerja usaha terdiri dari atribut kepuasan (Y1), peningkatan jumlah konsumen (Y2) dan profit (Y3).

KARAKTERISTIK PELAKU USAHA TEMPE DAN TAHU

Karakteristik pelaku usaha tempe dan tahu ini dijelaskan berdasarkan demografi wilayah, jenis kelamin, usia dan pendidikan formal pelaku usaha

tempe dan tahu sebagai responden penelitian ini.

Sebaran Responden Berdasarkan Wilayah

Penyajian sebaran responden dibagi menjadi 14 kategori berdasarkan wilayah pelayanan di Kabupaten Bogor yang terdapat usaha pembuatan tempe dan tahu. Kecamatan tersebut antara lain adalah Ciseeng, Parung, Citeurep, Bojong Gede, Sukaraja, Ciawi Megamendung, Caringin Cijeruk, Tamansari, Leuwiliang, Ciampea, Cibungbulang, Jasinga, Dramaga.

Berdasarkan *frame sampling* dari KOPTI Kabupaten Bogor 2012, terdapat 32 orang pelaku usaha pembuatan tempe dan 33 pelaku usaha pembuatan tahu.

Jenis Kelamin

Terdapat perbedaan yang cukup besar antara responden yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jumlah responden untuk pelaku usaha pembuatan tempe di Kabupaten Bogor didominasi oleh laki-laki yaitu sebesar 81 persen, sisanya sebesar 19 persen adalah perempuan. Pelaku usaha pembuatan tahu di Kabupaten Bogor didominasi oleh laki-laki yaitu sebesar 82 persen, sisanya sebesar 18 persen adalah perempuan.

Hasil penelitian di lapang bahwa lebih dari 2/3 usaha pengolahan kedelai menjadi tempe dan tahu dimiliki oleh pelaku usaha laki-laki. Maka dari itu dapat diindikasikan bahwa pelaku usaha laki-laki lebih memiliki modernitas sikap kewirausahaan dalam menjalan-

kan suatu usaha dibandingkan dengan perempuan. Laki-laki memiliki cara berpikir yang lebih rasional untuk menjalankan suatu usaha dibandingkan perempuan yang lebih mengutamakan perasaan.

Usia

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa responden memiliki usia yang beragam. Responden pelaku usaha pembuatan tempe paling banyak terdapat pada kisaran umur 41-50 tahun yaitu sebesar 50 persen. Hanya sebagian kecil usaha tempe dimiliki oleh responden pada kisaran umur 20-30 tahun dan 51-60 tahun. Responden pelaku usaha pembuatan tahu paling banyak terdapat pada kisaran umur 31-40 dan 41-50 tahun yaitu masing-masing sebesar 28 persen.

Menurut Parker yang diacu pada Casson *et al.* (2008) usia merupakan salah faktor yang mempengaruhi seseorang menjadi wirausaha. Hasil penelitiannya mengindikasikan bahwa seseorang memiliki sikap kewirausahaan dan cenderung menjadi wirausaha pada kisaran umur 30 tahun. Selain itu, menurut Buchari (2008) sebagian besar wirausahawan berumur antara 22 sampai 55 tahun. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian di lapang, bahwa usaha pembuatan tempe dan tahu banyak dimiliki oleh pelaku usaha pada kisaran umur 31-40 dan 41-50. Pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu pada kisaran umur tersebut memiliki kesiapan yang matang untuk menjadi wirausaha baik dari kesiapan materi dan pola pikir. Maka dapat diindikasikan bahwa

modernitas sikap kewirausahaan banyak dimiliki oleh pelaku usaha tempe dan tahu pada kisaran umur tersebut.

Pendidikan Formal

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh pelaku usaha pembuatan tempe di Kabupaten Bogor paling banyak adalah lulusan SD dan SMP. Sedangkan responden pelaku usaha pembuatan tahu di Kabupaten Bogor paling banyak sebesar 46 persen berpendidikan SMP. Dibandingkan dengan pelaku usaha pembuatan tempe, pelaku usaha pembuatan tahu memiliki pendidikan lulusan SMP lebih banyak.

Menurut Kim yang diacu oleh Riyanti (2003) menyatakan bahwa pendidikan merupakan hal yang menyumbang pada keberhasilan usaha. Pelaku usaha yang memiliki pendidikan tinggi maka pelaku usaha tersebut memiliki sikap kewirausahaan yang akan berdampak pada keberhasilan dalam usaha. Responden pada penelitian ini memiliki tingkat pendidikan yang masih rendah. Pelaku usaha tempe dan tahu yang berpendidikan SMP diindikasikan lebih memiliki modernitas sikap kewirausahaan dibandingkan dengan pelaku usaha yang berpendidikan SD.

KARAKTERISTIK USAHA PEMBUATAN TEMPE DAN TAHU Lama Menjalankan Usaha

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Staw yang diacu oleh Riyanti (2003), bertambahnya *entrepreneurial age* maka semakin banyak pengalaman di bidang usahanya yang didapatkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

lebih dari setengah jumlah keseluruhan responden pelaku usaha tempe dan tahu telah menjalankan usahanya selama 10-20 tahun. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden yang menjalankan usahanya selama 10-20 tahun lebih memiliki modernitas sikap kewirausahaan dibandingkan dengan responden yang telah menjalankan usahanya selama < 10 tahun.

Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan oleh para pelaku usaha pembuatan tempe paling banyak 72 persen yang mempekerjakan 1-3 orang. Pelaku usaha pembuatan tahu sebagai responden mempekerjakan tenaga kerja paling banyak 46 persen yang mempekerjakan 1-3 orang.

Berdasarkan hasil penelitian, jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan oleh pelaku usaha pembuatan tahu lebih banyak dibandingkan dengan pelaku usaha pembuatan tempe hal ini disebabkan karena proses pembuatan tahu terdiri dari langkah-langkah yang lebih banyak, sehingga membutuhkan tenaga kerja yang lebih banyak juga.

Bentuk Usaha

Bentuk usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha tempe maupun tahu di Kabupaten Bogor yang dijadikan sebagai responden penelitian ini adalah usaha perseorangan. Pada kondisi lapang, usaha pembuatan tempe dan tahu dimiliki oleh satu orang saja sebagai pemilik. Pelaku usaha tersebut juga ikut dalam melakukan kegiatan usaha mulai dari kegiatan produksi

sampai dengan pemasaran walaupun pelaku usaha tersebut memiliki tenaga kerja yang dipekerjakan.

ATRIBUT MODERNITAS SIKAP KEWIRAUSAHAAN PELAKU USAHA PEMBUATAN TEMPE

Penelitian ini melihat atribut modernitas sikap kewirausahaan yang terlihat pada para pelaku usaha pembuatan tempe di Kabupaten Bogor. Berdasarkan hasil olah data menggunakan PLS, dengan melihat nilai *outer loading* didapatkan hasil bahwa atribut yang mencerminkan modernitas sikap kewirausahaan pada pelaku usaha pembuatan tempe adalah keinovatifan, kerja keras, menghargai waktu, dan tanggung jawab individual. Atribut tersebut sesuai dengan teori yang dijabarkan oleh McClelland dalam Tawardi (1999) dan Meredith *et al.* (1989).

Keinovatifan

Atribut keinovatifan dari pelaku usaha tempe terlihat dari sikap responden yang terbuka dengan hal-hal yang baru, berusaha mencari tahu mengenai hal yang dianggap baru misalnya informasi termasuk isu-isu terkini dan teknologi. Sebesar 81,25 persen pelaku usaha pembuatan tempe rajin mencari informasi akan hal-hal baru khususnya yang berhubungan dengan usahanya. Seluruh responden yaitu 100 persen pelaku usaha pembuatan tempe akan melakukan pencarian informasi terlebih dahulu sebelum memulai usahanya.

Berdasarkan penelitian di lapang, pada awalnya tempe yang dihasilkan dikemas dengan menggunakan daun pisang. Seiring berjalannya waktu, bentuk kemasan dari tempe berubah menggunakan plastik. Data di lapang menunjukkan bahwa sebanyak 29 orang pelaku usaha tempe sudah menggunakan plastik sebagai kemasan untuk tempe dan tiga orang masih mempertahankan menggunakan daun sebagai kemasan karena disesuaikan dengan permintaan konsumen. Perubahan bentuk kemasan tempe dari tempe dengan kemasan daun menjadi tempe dengan kemasan plastik merupakan salah satu bentuk inovasi yang terlihat pada diri pelaku usaha pembuatan tempe di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut keinovatifan sebesar 0,695 dengan *t-value* 6,918 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tempe, menyebabkan atribut keinovatifan semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Kerja Keras

Kerja keras merupakan atribut modernitas sikap kewirausahaan yang terlihat pada pelaku usaha pembuatan tempe. Hal tersebut terlihat ketika responden berpendapat bahwa dalam mencapai suatu tujuan dibutuhkan usaha yang keras tidak hanya mengandalkan keberuntungan dan nasib saja. Berdasarkan penelitian di lapang, sebesar 96,88 persen pelaku usaha pembuatan

tempe beranggapan bahwa untuk mencapai keberhasilan usaha, yang diperlukan adalah kerja keras.

Sebesar 96.88 persen pelaku usaha pembuatan tempe beranggapan bahwa apabila mendapatkan pesanan tempe yang melebihi kapasitas produksi, yang dilakukan adalah tetap berusaha memenuhi pesanan tempe tersebut. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kerja keras terlihat dalam diri pelaku usaha pembuatan tempe untuk mendapatkan profit lebih demi kelangsungan usaha yang dijalankan.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut kerja keras sebesar 0,484 mendekati 0,5 dengan *t-value* 2,198 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tempe, menyebabkan atribut kerja keras semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Menghargai Waktu

Menghargai waktu merupakan salah satu ciri modernitas sikap kewirausahaan dimana pelaku usaha pembuatan tempe memanfaatkan waktu untuk kegiatan yang produktif terutama dalam menjalankan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut menghargai waktu terlihat ketika seluruh responden yaitu 100 persen pelaku usaha pembuatan tempe akan berusaha semaksimal mungkin melakukan kegiatan usahanya tepat waktu dan tidak menunda pekerjaan khususnya dalam kegiatan produksi. Hal tersebut

dilakukan karena penundaan proses produksi akan menghasilkan produk tempe yang kualitasnya rendah, bahkan dapat mengakibatkan kegagalan dalam pembuatan tempe.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut menghargai waktu sebesar 0,803 dengan *t-value* 9,359 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tempe, menyebabkan atribut menghargai waktu semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Tanggung Jawab Individual

Tanggung jawab merupakan ciri modernitas sikap kewirausahaan yang sadar akan tingkah laku atau perbuatan yang dilakukan dengan menanggung segala sesuatu mengenai kebaikan dan keburukan yang akan didapatkan. Penelitian di lapang menunjukkan bahwa seluruh responden yaitu 100 persen pelaku usaha pembuatan tempe akan melakukan kegiatan usaha sesuai dengan jadwal dan prosedur yang telah dilakukan. Apabila kegiatan usaha tersebut berjalan tidak sesuai dengan yang telah direncanakan, maka para pelaku usaha tempe tersebut akan berusaha untuk menanggung semua kebaikan maupun keburukan yang akan didapatkan sebagai bentuk tanggung jawab individu. Seluruh pelaku usaha pembuatan tempe beranggapan bahwa tanggung jawab merupakan bentuk untuk mendapatkan kepercayaan yang lebih.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut kerja keras sebesar 0,666 dengan *t-value* 4,087 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tempe, menyebabkan atribut tanggung jawab individual semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

ATRIBUT MODERNITAS SIKAP KEWIRAUSAHAAN PELAKU USAHA PEMBUATAN TAHU

Penelitian ini menganalisis atribut modernitas sikap kewirausahaan yang terlihat pada para pelaku usaha pembuatan tempe di Kabupaten Bogor. Berdasarkan hasil olah data menggunakan PLS, dengan melihat nilai *outer loading* didapatkan hasil bahwa atribut modernitas sikap kewirausahaan yang terlihat pada pelaku usaha pembuatan tahu adalah keinovatifan, kerja keras, menghargai waktu, motivasi berprestasi, percaya diri, dan tanggung jawab individual. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dijabarkan oleh Meredith *et al.* (1989) dan Soekanto Soerjono (1982).

Keinovatifan

Atribut keinovatifan pada para pelaku usaha pembuatan tahu terlihat dari sebesar 81,82 persen responden akan mencari informasi mengenai suatu hal yang baru. Suatu hal baru tersebut adalah yang berkaitan dengan usahanya yang berguna untuk meningkatkan usahanya misalnya jenis olahan baru dari

tahu ataupun bentuk kemasan yang baru. Keinovatifan terlihat ketika sebesar 93,94 persen pelaku usaha pembuatan tahu ingin berinovasi dengan membuka usaha baru disaat usaha tahunya sudah stabil. Sebanyak 10 orang pelaku usaha pembuatan tahu membuat variasi produk tahu yang semula hanya berupa tahu mentah, kemudian ingin mengembangkan dengan memproduksi tahu goreng atau sering disebut dengan tahu poong atau tahu Sumedang. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keinovatifan ada pada diri pelaku usaha pembuatan tahu.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut keinovatifan sebesar 0,667 dengan *t-value* 5,925 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tahu, menyebabkan atribut keinovatifan semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Kerja Keras

Atribut modernitas sikap kewirausahaan kerja keras terlihat pada pelaku usaha pembuatan tahu ketika sebesar 93,94 persen pelaku usaha pembuatan tahu beranggapan bahwa untuk mencapai keberhasilan usaha tahu tersebut, dibutuhkan semangat dan kerja keras. Sebesar 93,94 persen pelaku usaha pembuatan tahu menyukai pekerjaan yang memiliki tantangan dalam menjalankannya dan dibutuhkan kerja keras untuk membuahkan hasil yang sesuai dengan yang diinginkan.

Pelaku usaha pembuatan tahu ketika dihadapkan dengan tantangan maupun ancaman akan berusaha menerima dan menghadapi tantangan maupun ancaman tersebut dengan kerja keras termasuk dalam menghadapi keterpurukan usaha suatu saat nanti. Berdasarkan penelitian di lapang, walaupun pada umumnya pelaku usaha pembuatan tahu mempekerjakan tenaga kerja minimal tiga orang, pelaku usaha tersebut ikut andil dalam kegiatan usaha termasuk kegiatan produksi sampai dengan kegiatan pemasaran.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut kerja keras sebesar 0,694 dengan *t-value* 5,013 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tahu, menyebabkan atribut kerja keras semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Menghargai Waktu

Atribut menghargai waktu dari pelaku usaha pembuatan tahu terlihat ketika seluruh pelaku usaha pembuatan tahu atau 100 persen responden mengatakan bahwa dalam menyelesaikan kegiatan usahanya khususnya untuk kegiatan produksi tidak melakukan penundaan. Sikap menghargai waktu terlihat saat 93,94 persen pelaku usaha pembuatan tahu mengatakan bahwa waktu adalah uang. Ketika tidak memanfaatkan waktu dengan melakukan kegiatan yang bermanfaat dan membuang waktu, sama saja dengan

membuang uang. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat salah satu pelaku usaha pembuatan tahu yaitu *“Kalau ada waktu luang ya sebaiknya kita melakukan hal yang bermanfaat jangan malas-malasan, sama saja dengan membuang waktu kalau kita bermalas-malasan”* (Khadijah, 63 tahun).

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut menghargai waktu sebesar 0,681 dengan *t-value* 5,386 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tahu, menyebabkan atribut menghargai waktu semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi merupakan atribut dari modernitas sikap kewirausahaan yang menggambarkan keinginan pelaku usaha untuk mencapai suatu prestasi. Khususnya dalam kegiatan usahanya yaitu pencapaian keberhasilan usaha. Berdasarkan penelitian di lapang, motivasi berprestasi terlihat pada seluruh responden yaitu 100 persen pelaku usaha pembuatan tahu ketika diposisikan pada kondisi kegagalan ataupun keberhasilan dalam usaha, motivasi dalam berprestasi dan kinerja semakin meningkat. Bentuk dari motivasi berprestasi tersebut adalah mengidentifikasi penyebab kegagalan usaha dan mencari solusi untuk mengembalikan kondisi usaha tahunya menjadi lebih baik. Apabila pelaku usaha tersebut mencapai keberhasilan,

maka pelaku usaha pembuatan tahu akan lebih meningkatkan kinerja agar keberhasilan juga semakin meningkat.

Persaingan yang sehat juga merupakan salah satu ajang dalam berprestasi dalam mengembangkan usaha tahu tersebut. Sebesar 96,97 persen pelaku usaha pembuatan tahu mengatakan bahwa kegagalan tidak membuat usaha untuk berprestasi semakin menurun melainkan semakin meningkat. Hal tersebut didukung dengan pendapat dari salah satu responden yaitu *“Usaha itu terkadang berada di atas dan ada saatnya berada di bawah. Saat usaha kita gagal maka yang harus dilakukan adalah bangkit membangun usaha kembali tidak semakin terpuruk dalam kegagalan”* (Oma, 67 tahun).

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut menghargai waktu sebesar 0,650 dengan *t-value* 3,635 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tahu, menyebabkan atribut motivasi berprestasi semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Percaya Diri

Berdasarkan penelitian di lapang, percaya diri terlihat pada seluruh responden yaitu 100 persen pelaku usaha pembuatan tahu berpendapat bahwa dalam menjalankan usaha harus optimis agar tidak terpengaruh dengan hal-hal negatif yang menyebabkan kegagalan dalam menjalankan usaha tahu tersebut.

Percaya kepada keahlian dan kemampuan diri menurut seluruh pelaku usaha tersebut termasuk modal utama dalam menjalankan usaha dan mencapai suatu keberhasilan

Pelaku usaha pembuatan tahu menganggap bahwa rasa iri terhadap kesuksesan yang diraih oleh orang lain akan menghambat diri untuk melakukan pengembangan usaha tahunya. Selain itu, ciri sikap percaya diri juga terlihat ketika pelaku usaha tersebut beranggapan bahwa kecurangan dalam menjalankan usaha merupakan salah satu bentuk sikap pesimis dan tidak percaya diri pada kemampuan yang dimiliki. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan salah satu responden yaitu “*Dalam menjalankan usaha harus optimis. Kalau tidak begitu, pikiran dapat terpengaruh dengan hal yang negatif yang dapat menghambat usaha kita sendiri*” (Uun, 49 tahun).

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut menghargai waktu sebesar 0,563 dengan *t-value* 2,970 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tahu, menyebabkan atribut percaya diri semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Tanggung Jawab Individual

Tanggung jawab individual memiliki pengertian bahwa individu sadar akan perbuatan atau tingkah laku yang dilakukan dengan menanggung segala sesuatu mengenai kebaikan dan keburukan yang akan didapatkan. Ber-

dasarkan penelitian di lapang, pelaku usaha pembuatan tahu beranggapan bahwa ketika menerima suatu kewajiban seperti menerima pesanan tahu dari pembeli, maka pesanan tahu tersebut harus dipenuhi. Pada intinya apabila pelaku usaha tersebut sudah melakukan kesepakatan mengenai suatu hal yang berhubungan dengan kegiatan usahanya, maka pelaku usaha tersebut sudah siap untuk menerima dampak yang akan terjadi sebagai bentuk tanggung jawab individual.

Seluruh responden yaitu 100 responden pelaku usaha pembuatan tahu mengatakan bahwa mengerjakan tugas sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan bagi pekerja dan pelaku usaha sendiri merupakan bentuk tanggung jawab individual. Selain itu, seluruh pelaku usaha pembuatan tahu menganggap bahwa tanggung jawab merupakan salah satu bentuk usaha mendapatkan kepercayaan lebih pelaku usaha pembuatan tahu dari pihak-pihak yang memiliki hubungan dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut tanggung jawab individual sebesar 0,667 dengan *t-value* 5,335 dimana *t-value* lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha pembuatan tahu, menyebabkan atribut percaya diri semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

ATRIBUT KEBERHASILAN USAHA PELAKU USAHA PEMBUATAN TEMPE

Atribut keberhasilan yang diukur pada penelitian ini adalah kepuasan, peningkatan jumlah konsumen, dan profit. Akan tetapi, atribut yang terlihat pada usaha pembuatan tempe dan tahu adalah peningkatan jumlah konsumen dan profit, sedangkan atribut kepuasan tidak terlihat pada usaha pembuatan tempe dan tahu di Kabupaten Bogor.

Peningkatan Jumlah Konsumen

Peningkatan jumlah konsumen dapat dilihat dari jumlah konsumen yang membeli tempe setiap hari. Lebih dari setengah pelaku usaha pembuatan tempe mengatakan bahwa 51-75 persen konsumennya membeli produk tempe setiap hari dan tidak ada pelaku usaha pembuatan tempe yang kurang dari 25 persen konsumennya membeli produk tempe setiap hari. Secara keseluruhan dapat diindikasikan bahwa jumlah konsumen yang membeli produk tempe setiap hari menunjukkan bahwa konsumen tersebut loyal dengan pembelian produk tempe.

Berdasarkan penelitian di lapang, peningkatan jumlah konsumen disebabkan karena beberapa hal yaitu pelaku usaha pembuatan tempe selalu menjaga kualitas tempe yang diproduksi, menindaklanjuti apabila komplain konsumen, dan memenuhi pesanan tempe dari konsumen. Hal tersebut menyebabkan konsumen loyal terhadap produk tempe yang dijual.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut peningkatan

jumlah konsumen didapatkan hasil 0,746 dengan nilai *t-value* sebesar 7,424 lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan keberhasilan usaha menyebabkan atribut peningkatan jumlah konsumen semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Profit

Atribut profit menunjukkan usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha pembuatan tempe ini menguntungkan atau merugikan. Hal tersebut dapat dilihat melalui omset penjualan dan laba yang didapatkan setiap bulan. Pelaku usaha pembuatan tempe paling banyak terdapat pada kategori yang menghasilkan omset setiap bulan berkisar Rp 33.500.001-Rp 45.250.000 dan menghasilkan laba berkisar Rp 12.000.001-Rp 16.500.001. Hal tersebut dapat dipengaruhi dari komponen-komponen modernitas sikap kewira-usahaan yang dimiliki seperti kerja keras dan motivasi berprestasi yang ada pada diri pelaku usaha pembuatan tempe.

Jumlah omset dan laba yang dihasilkan oleh pelaku usaha pembuatan tempe setiap bulannya dapat diindikasikan cukup besar. Menurut penelitian Dirlanudin (2010) salah satu indikator dari keberhasilan usaha adalah keuntungan. Usaha tempe yang dijalankan responden menghasilkan keuntungan, maka dari itu usaha pembuatan tempe dapat dikatakan berhasil.

Penelitian di lapang memperlihatkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah omset dan laba

dari penjualan produk tempe yaitu kerja keras dalam menjalankan usahanya. Sehingga mempengaruhi penjualan produk tempe yang dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha pembuatan tempe di Kabupaten Bogor. Jumlah konsumen yang loyal terhadap produk tempe akan mempengaruhi omset dan laba penjualan yang dihasilkan oleh pelaku usaha pembuatan tempe.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut profit didapatkan hasil 0,919 dengan nilai *t-value* sebesar 15,996 lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan keberhasilan usaha menyebabkan atribut profit semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

ATRIBUT KEBERHASILAN USAHA PELAKU USAHA PEMBUATAN TAHU

Penelitian ini menganalisis atribut keberhasilan usaha yang terlihat pada usaha pembuatan tahu yaitu peningkatan jumlah konsumen dan profit yang didapatkan oleh pelaku usaha tempe setiap bulannya. Hasil tersebut didapatkan melalui penelitian lapang dan diuji dengan menggunakan alat analisis PLS dengan melihat nilai dari *outer loading*.

Peningkatan Jumlah Konsumen

Atribut peningkatan jumlah konsumen yang terlihat pada usaha pembuatan tahu memiliki kesamaan dengan usaha tempe jumlah konsumen yang membeli produk tahu semakin meningkat dan paling banyak sekitar 51-75 persen konsumen membeli produk

tahu setiap harinya membeli produk tahu hal itu menunjukkan bahwa konsumen tersebut loyal dengan pembelian produk tahu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebab dari peningkatan jumlah konsumen untuk pembelian produk tahu ini sama dengan yang dialami oleh pelaku usaha pembuatan tempe. Pelaku usaha pembuatan tahu selalu melakukan kontrol untuk menjaga kualitas dari produk tahu yang diproduksi, menindaklanjuti komplain dari konsumen, dan berusaha memenuhi kebutuhan atau permintaan tahu dari konsumen. Hal tersebut menyebabkan konsumen loyal terhadap produk tahu yang dijual.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut peningkatan jumlah konsumen didapatkan hasil 0,937 dengan nilai *t-value* sebesar 20,564 lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan keberhasilan usaha menyebabkan atribut peningkatan jumlah konsumen semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

Profit

Para pelaku usaha pembuatan tahu paling banyak terdapat pada kategori yang menghasilkan omset Rp 9.000.000-Rp 66.750.000 dan laba Rp 3.000.000-Rp 24.750.000. Hal tersebut berbeda dengan pelaku usaha tempe karena selang omset dan laba yang didapatkan pelaku usaha tahu lebih besar.

Menurut Kaplan dan Norton yang diacu oleh Riyanti (2003) keberhasilan usaha diukur berdasarkan perspektif

keuangan antara lain laba. Seluruh pelaku usaha pembuatan tahu mengatakan bahwa usaha tahu yang dijalankan menghasilkan laba. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha pembuatan tahu berhasil menjalankan usahanya.

Berdasarkan penelitian di lapang, salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah omset dan laba dari penjualan produk tahu yaitu kerja keras dalam menjalankan usahanya. Sehingga mempengaruhi penjualan produk tahu yang dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha pembuatan tahu di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan hasil output PLS, nilai *outer loading* dari atribut profit didapatkan hasil 0,707 dengan nilai *t-value* sebesar 3,273 lebih besar dari *t-table* (1,960). Artinya peningkatan keberhasilan usaha menyebabkan atribut profit semakin meningkat dan terlihat karena korelasi yang didapatkan bernilai positif dilihat dari nilai *outer loading*.

PENGARUH MODERNITAS SIKAP KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh modernitas sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu di Kabupaten Bogor.

Pengaruh modernitas sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dianalisis berdasarkan dari hasil uji-t diperoleh *t-value* lebih besar dari *t-table* yaitu $5,884 > 1,960$, maka tolak H_0 yang artinya modernitas sikap

kewirausahaan pelaku usaha tempe berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien positif yaitu 0,494 dapat diartikan bahwa semakin tinggi modernitas sikap kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha pembuatan tempe maka akan meningkatkan keberhasilan dalam usahanya. Sedangkan untuk pengaruh modernitas sikap kewirausahaan pelaku pembuatan tahu terhadap keberhasilan usaha dianalisis berdasarkan dari hasil uji-t diperoleh *t-value* $> t-table$ yaitu $8,521 > 1,960$, maka tolak H_0 yang artinya modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha tahu berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien positif yaitu 0,582 dapat diartikan bahwa semakin tinggi modernitas sikap kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha pembuatan tahu maka akan meningkatkan keberhasilan dalam usahanya.

Hasil uji pengaruh modernitas sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada usaha pembuatan tempe dan tahu memberikan pengaruh yang signifikan dengan koefisien yang positif.

Atribut modernitas sikap kewirausahaan yang terlihat pada pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu yaitu keinovatifan dapat ditingkatkan melalui pencarian informasi baru mengenai produk tempe dan tahu dengan melakukan inovasi produk tempe dan tahu yang memiliki diferensiasi seperti tempe dan tahu dengan variasi rasa, bentuk, dan kemasan. Kerja keras dapat ditingkatkan dengan menambah volume penjualan dari produk tempe dan tahu

serta memperluas pemasaran produk tempe dan tahu tersebut. Menghargai waktu dapat ditingkatkan dengan membuat jadwal kegiatan usaha mulai dari kegiatan produksi sampai dengan pemasaran. Sehingga apabila ada waktu luang, dapat dimanfaatkan dengan melakukan kegiatan yang lebih bermanfaat berkaitan dengan kegiatan usahanya. Tanggung jawab individual dapat lebih ditingkatkan dengan memberikan ketegasan kepada diri sendiri dan tenaga kerja dalam menjalankan usaha.

Atribut modernitas sikap kewirausahaan motivasi berprestasi dan percaya diri terlihat pada diri pelaku usaha pembuatan tahu. Motivasi berprestasi dapat ditingkatkan dengan melakukan optimalisasi kinerja dalam menjalankan usaha, sedangkan percaya diri dapat ditingkatkan dengan menerapkan keoptimisan dalam menjalankan usaha.

Keberhasilan usaha yang dicapai oleh pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu dipengaruhi oleh modernitas sikap kewirausahaan. Maka dari itu, implikasi manajerial mengenai peningkatan modernitas sikap kewirausahaan dapat lebih diterapkan. Sehingga keberhasilan usaha yang dicapai oleh pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu juga semakin meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Karakteristik pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu lebih dari 80 persen berjenis kelamin laki-laki dengan umur 41-50 tahun dan telah menyelesaikan pendidikan lulusan SMP. Karakteristik usaha pembuatan

tempe dan tahu sebagian besar usaha tersebut telah dijalankan selama 10-20 tahun. Jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan pada usaha pembuatan tempe sebagian besar berjumlah 1-3 orang, sedangkan untuk usaha pembuatan tahu sebesar 46 persen usaha tersebut memiliki tenaga kerja 1-3 orang. Bentuk usaha pembuatan tempe dan tahu seluruhnya adalah bentuk usaha perseorangan.

2. Atribut modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha tempe yang berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha adalah menghargai waktu, keinovatifan, kerja keras, dan tanggung jawab individual. Atribut modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha tahu yang berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha adalah keinovatifan, menghargai waktu, tanggung jawab individual, kerja keras, motivasi berprestasi, dan percaya diri.
3. Modernitas sikap kewirausahaan dari pelaku usaha tempe dan tahu berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai koefisien positif. Semakin besar modernitas sikap kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu, maka semakin besar usaha tersebut mencapai keberhasilan.

Saran

1. Menumbuhkan modernitas sikap kewirausahaan yang masih belum terlihat pada diri pelaku usaha pembuatan tempe dan tahu dengan memberikan dukungan fasilitas

seperti peminjaman modal, pengadaaan kompetisi wirausaha, dan pemberian penghargaan terhadap pelaku usaha oleh para stakeholder seperti pemerintah dan KOPTI.

2. Pemerintah membuat dan menerapkan kebijakan khusus untuk menunjang perkembangan kewirausahaan di sektor UMKM.
3. Menambahkan atribut dari keberhasilan usaha lainnya seperti loyalitas konsumen, perluasan segmentasi pasar dan kemampuan bersaing dari pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar. 1998. Sikap Teori dan Pengukurannya. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

BKP Pertanian. 2013. Kebijakan stabilisasi harga pangan 2002-2012. <http://bkp.pertanian.go.id/berita-kebijakan-stabilisasi-harga-pangan>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2013.

[BPS] Badan Pusat Statistik. 2013. Jumlah Angkatan Kerja. Badan Pusat Statistik. Jakarta.

[BPS] Badan Pusat Statistik. 2013. Nilai Produk Domestik Bruto Sektor Usaha Mikro, Kecil, Menengah Dan Nasional Tahun 2009-2012 Atas Dasar Harga Berlaku. Badan Pusat Statistik. Jakarta.

Buchari Alma. 2008. Kewirausahaan. Alfabeta. Bandung.

Casson *et al.* 2008. The Oxford Handbook of Entrepreneurship. Oxford University Press. New York.

Dirlanudin. 2010. Perilaku Wirausaha Dana Keberdayaan Pengusaha Kecil Industri Agro. [Disertasi]. Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Douglas dan Shepherd. 2000 Entrepreneurship as a Utility-Maximizing Response. *Journal of Business Venturing* 15(3): 231-251.

Fitzsimmons dan Douglas. 2005. Entrepreneurial Attitudes and Entrepreneurial Intentions: A Cross-Cultural Study of Potential Entrepreneurs In India, China, Thailand And Australia. Babson-Kauffman Entrepreneurial Research Conference. MA. Wellesley.

[KEMENKOP dan UKM] Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.. 2013. *Perkembangan Data Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar Tahun 2011-2012*. http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_phocadownload&view=file&id=335:data-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-dan-usaha-besar-ub-tahun-2011-2012&Itemid=93. Diakses pada 25 November 2013.

[KEMENKOP dan UKM] Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. 2014. Syarief Hasan Menteri Koperasi Mendatang Tinggal Melanjutkan Meningkatkan Program. [internet]. [diunduh pada 15 Desember 2014]. Tersedia pada: depkop.go.id/berita.

- [KOPTI] Koperasi Tahu dan Tempe Indonesia. 2012. *Daftar Rekapitulasi Data Anggota KOPTI Kabupaten Bogor*. KOPTI. Bogor: Koperasi Tahu Tempe Indonesia.
- [KUMKM Jabar] Koperasi dan UMKM Jawa Barat. 2011. *Kontribusi UMKM di Jawa Barat terhadap PDRB*. diskumkm.jabarprov.go.id. Diakses pada 4 Maret 2014.
- McClelland. 1961. *The Achieving Society*. Van Nostrand Company. United States.
- Meredith *et al.* 1989. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. PT Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- [PRIMKOPTI] Primer Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia. 2012. *Daftar Nama UMK Tempe dan Tahu di Kota Bogor*. Bogor: PRIMKOPTI.
- Riyanti. 2003. *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. PT Grasindo. Jakarta
- SETKAB. 2013. *Problematika harga kedelai di Indonesia*. www.setkab.go.id/artikel-10045-problematika-harga-kedelai-di-indonesia.html. Diakses pada tanggal 2 Januari 2014.
- Soekanto Soerjono. 1982. *Sosiologi untuk Pengantar*. PT Grafindo Persada. Jakarta.
- Suwarsono, So AY. 2006. *Perubahan Sosial dan Pembangunan di Indonesia*. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Tawardi, Bambang. 1999. *Sikap Kewirausahaan Anggota Kelompok Belajar Usaha Dan Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya (Kasus Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten Jawa Tengah)*. [Tesis]. Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Thurstone. 1931. The Measurement of Social Attitudes. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 27: 249-269.
- Wennekers S, Thurik R. 1999. Linking entrepreneurship and economic growth. *SBE*. 13(1): 27-56. Doi: 10.1023/A:1008063200484.

Lampiran 1. Perkembangan Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar RI Tahun 2009-2012

No.	Indikator	2009	2010	2011*	2012*
1.	Unit Usaha (Unit)	52.769.280	53.828.569	55.211.396	56.539.560
	a. UMKM	52.764.603	53.823.732	55.206.444	56.534.592
	b. Usaha Besar	4.677	4.837	4.952	4.968

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2013) (diolah).

(*) = Data sementara