

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi terhadap Kesuksesan Proyek pada Bidang Fashion

Fernando Gho Danny dan Louis Utama

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universitas Tarumanagara

Email : ghodanny000@gmail.com

Abstract: Purpose – *This paper examines the relationship between entrepreneurial orientation, innovation capacity, and firm performance in the creative industries context.*

Design/methodology/approach – *The developed conceptual model is tested using partial least square (PLS) using a sample of 30 creative industries small medium enterprises owners.*

Findings – *The result of the PLS model shows that both EO and IC act as a basis for improved business performance among small and medium enterprises. Based on the research findings, it can be argued that both EO and EO fully unlock their value-creating potential among small and medium enterprises.*

Originality/value – *In addition to providing initial insight on the relationship between entrepreneurial action, innovative capacity, and performance with the creative industries, the paper also is one of the first on the creative industries to focus on firm-level strategy.*

Keywords: *Entrepreneurial marketing, Innovation, Competitive Advantage, Creativity in Marketing, Entrepreneurial orientation.*

Abstrak: Tujuan - Tujuan dari makalah ini adalah membahas hubungan antara orientasi kewirausahaan, kapasitas inovasi, dan kinerja perusahaan dalam konteks industri kreatif.

Desain / metodologi / pendekatan - Model konseptual yang dikembangkan diuji menggunakan partial least square (PLS) menggunakan sampel 30 pemilik UKM industri kreatif.

Temuan - Hasil model PLS menunjukkan bahwa baik EO dan IC bertindak sebagai dasar untuk meningkatkan kesuksesan proyek di antara usaha kecil dan menengah. Berdasarkan temuan penelitian, dapat dikatakan bahwa EO dan IC sepenuhnya membuka kunci potensi penciptaan nilai mereka di antara perusahaan kecil dan menengah.

Orisinalitas / nilai – Dalam studi ini selain memberikan wawasan awal antar tindakan kewirausahaan, kapasitas inoatif dan kinerja dalam indsutri kreatif. Makalah ini juga merupakan salah satu yang pertama di industri kreatif untuk fokus pada tingkat perusahaan.

Kata kunci: *Entrepreneurial marketing, Innovation, Competitive Advantage, Creativity in Marketing, Entrepreneurial orientation.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan industri kreatif saat ini telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahun sehingga dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi khususnya ekonomi nasional yang tercermin dari peningkatan jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) industri kreatif. Pada tahun 2014 industri kreatif menyumbangkan PDB sebesar Rp.784,82 triliun dan meningkat di tahun 2015 sebesar Rp.852,24 triliun (7,39%) dan pada tahun 2016 meningkat sebesar Rp. 922,59 triliun (7,44%). Kapasitas industri kreatif khususnya di bidang fashion menyumbangkan PDB industri kreatif terbesar kedua setelah industri kuliner yaitu sebesar 18,15% pada tahun 2015. Berdasarkan data pemerintah tahun 2016, PDB industri kreatif bidang fashion mengalami penurunan menjadi 18,01%, hal tersebut

bertolak belakang dengan kenaikan PDB pada industri kreatif. Sebagai contoh industri kreatif kriya mengalami kenaikan yang pada tahun 2015 sebesar 15,40% menjadi 15,70% (Bekraf.go.id, 2017)

Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu kondisi yang cenderung individunya untuk melakukan suatu inovasi, proaktif, dan mau mengambil resiko untuk memulai atau mengola usaha (Knight, 2000). Orientasi kewirausahaan mempunyai tiga dimensi yaitu pertama ada inovasi, Inovasi merupakan dasar yang berpengaruh untuk membantu sebuah perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dan kemudian pada akhirnya meningkatkan kinerja pada perusahaan (Dess & Picken, 2000). Dimensi kedua yaitu sikap proaktif, sikap proaktif merupakan sebagai karakteristik yang selalu memandang ke depan yang mempunyai sebuah tujuan masa depan untuk mencari peluang yang ada dalam mengantisipasi permintaan yang akan mendatang (Dess & Lumpkin, 2005). Dan dimensi yang ketiga yaitu pengambilan resiko dalam dimensi ini pengambilan resiko dapat dikatakan suatu kesediaan perusahaan untuk menentukan dan bertindak tanpa pengetahuan yang jelas dari kemungkinan untuk mendapatkan pendapatan dan kiranya melakukan spekulasi dalam suatu resiko personal, finansial dan bisnis (Dess & Lumpkin, 2005).

Inovasi mencerminkan kecenderungan seorang wirausahawan untuk memunculkan dan merealisasikan ide-ide baru, mencoba cara-cara baru yang berbeda dari yang ada sebelumnya serta antusiasme untuk mengadopsi ide-ide baru atau metode baru untuk bisnis mereka, lalu menerapkan inovasi tersebut dalam operasional bisnis mereka (Lumpkin & Dess, 2001). Berangkat dari masalah di atas, maka peneliti memutuskan perlunya meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi industri kreatif di bidang fashion guna meningkatkan PDB fashion di masa yang akan datang yaitu orientasi kewirausahaan yang mempunyai sikap proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko, yang diharapkan dapat membawa suatu kesuksesan bagi para pelaku industri kreatif. Selain sifat orientasi kewirausahaan yang dimiliki, wirausahawan perlu mengembangkan kreatifitas yang akan melahirkan inovasi-inovasi baru yang akan memberi nilai lebih produk-produk yang ditawarkan sehingga memiliki keunggulan untuk berkompetisi dengan produk-produk industri besar.

KAJIAN TEORI

Orientasi Kewirausahaan. Dalam berwirausaha ada beberapa hal yang menentukan berhasil tidaknya suatu usaha yang dijalankan. Yang pertama adalah orientasi kewirausahaan. Definisi orientasi wirausaha menurut Utama, L (2018) adalah karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil risiko, kecepatan, dan fleksibilitas. Untuk mengklarifikasi kebingungan dalam istilah, perlu diberikan perbedaan yang jelas antara orientasi wirausaha (entrepreneurial orientation) dengan kewirausahaan (Lumpkin & Dess, 1996). Jadi kewirausahaan dapat dianggap sebagai produk dari orientasi wirausaha. Proses, praktek dan aktivitas pembuatan keputusan (orientasi wirausaha) menghasilkan new entry (kewirausahaan). Orientasi wirausaha mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk terlibat dalam perilaku inovatif, berani mengambil resiko dan proaktif untuk mengalahkan pesaing (Utama, 2018). Perusahaan yang terlibat dalam perilaku semacam ini dapat secara efektif.

Menurut Muchtolifah (2005) orientasi kewirausahaan merupakan kapabilitas organisasi yang memberikan suatu kontribusi penciptaan terhadap sumberdaya organisasi yang unik, dan keunggulan posisional yang berpengaruh terhadap kinerja. Menurut Sudjana (2011) kewirausahaan merupakan suatu sikap dan perilaku dari seorang wirausaha. Wirausaha adalah orang yang memiliki inovatif, antisipatif, inisiatif, pengambil risiko dan berorientasi terhadap laba. Menurut Ginsberg (2011) pengertian orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan dalam melakukan sebuah inovasi, proaktif dan ingin mengambil risiko untuk

memulai atau mengelola usaha yang ingin dijalankan. Menurut Morris & Paul (1987) orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan manajemen puncak untuk mengambil sebuah resiko yang sudah diperhitungkan, inovatif dan untuk menunjukkan proaktif. Berdasarkan beberapa pendapat menurut para ahli diatas terhadap orientasi kewirausahaan, maka orientasi kewirausahaan dapat diartikan bahwa kemampuan dari perusahaan dalam mengolah sumber daya agar selalu dapat melakukan strategi didalam berwirausaha dan dapat memperoleh suatu keunggulan yang kompetitif.

Kapasitas inovasi. Hurley & Hult (1998) mendefinisikan bahwa kapasitas inovasi merupakan penelitian kreativitas dalam tingkatan perusahaan dan juga lingkungan dari suatu perusahaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kreatifitas seseorang yang dimana untuk mendukung dalam berinovasi. Rajapathirana & Hui (2017) mendefinisikan kapasitas inovasi adalah sebagai pengembangan sebuah produk baru yang memiliki tujuan untuk memenuhi permintaan atau kebutuhan di masa mendatang dan menerapkan proses teknologi yang tepat agar menghasilkan produk yang baru. Neely & Hill (1998) mengatakan bahwa kapasitas inovasi adalah nilai yang diciptakan melalui upaya inovasi dapat terlihat dalam cara baru untuk melakukan sesuatu atau proses dan produk baru yang berkontribusi pada kemakmuran. Kemudian hasil tersebut dari sebagian hubungan dan komunikasi antara organisasinya, sumber daya, kualifikasi dan tentunya koneksi terhadap organisasi lainnya. Maka dari itu kapasitas inovasi dari sebuah perusahaan bukan hasil dari kemampuan perusahaan tersebut melainkan mengalir dari kumpulan kemampuan, yang artinya memiliki potensi internal untuk mendapatkan ide-ide baru, maupun identifikasi peluang pasar yang baru. Berdasarkan yang dikatakan para ahli diatas dapat dikatakan bahwa kapasitas inovasi merupakan sebuah pengembangan sebuah produk yang memiliki tujuan untuk memenuhi permintaan dari pelanggan. Tentunya juga dengan memberikan gagasan atau ide-ide baru yang berbeda dari produk sebelumnya yang ada, serta membuat metode baru untuk bisnis tersebut. Dan inovasi merupakan hal yang terpenting dari sebuah bisnis dimana apabila bisnis tersebut tidak melakukan inovasi, akan begitu-begitu saja dan tidak akan bertahan lama untuk bersaing terhadap wirausaha-wirausaha yang diluar sana.

Kesuksesan proyek. Kristianto (2007) menyatakan kesuksesan proyek dari segi sisi waktunya, sebuah proyek dapat dikatakan sukses apabila penyelesaian suatu proyek tersebut diselesaikan dalam waktu yang tidak melewati target yang telah ditetapkan dan disepakati oleh pihak dari pemilik proyek dan pihak dari yang mengerjakan proyek tersebut. Dan dari sisi lainnya seperti kualitas, proyek tersebut dapat dikatakan sukses apabila output proyek perusahaan sesuai dengan ekspektasi yang telah sesuai dengan perjanjian.

Shenhar, Levy, & Dvir (1997), mengatakan kesuksesan dari suatu proyek yang didalamnya diukur keberhasilannya sejauh mana yang telah dilakukan dengan cara komersial dan kontribusi yang dialokasikan terhadap pengembangan pasar maupun dari teknologi baru.

Judgev dan Muller (2005) mengatakan suatu kesuksesan didalam konteks sebuah proyek sebagai penentuan konsesus dari sejumlah kelompok orang terhadap arti dari nilai sebuah seni.

Berdasarkan yang dikatakan oleh para ahli diatas dapat dikatakan bahwa kesuksesan proyek dapat diukur dari berbagai macam pengukuran berdasarkan masing-masing faktor yang berbeda dan terutama yang terkait oleh proyek tersebut.

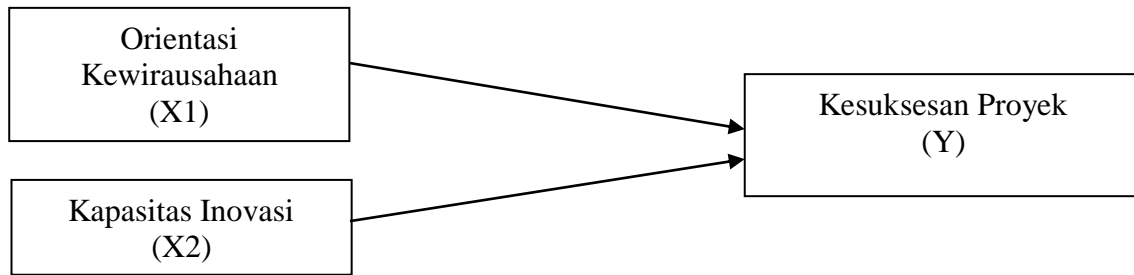
Kaitan antara Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Kesuksesan Proyek.

Orientasi kewirausahaan sangat memegang peranan yang penting di dalam meningkatkan kinerja usaha. (Miller & Friesen, 1982) mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Sementara itu, menurut (Maurice, 2005), mengatakan bahwa terdapatnya hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja dari perusahaan. Orientasi kewirausahaan adalah suatu komponen yang begitu penting di dalam pengembangan usaha. Orientasi kewirausahaan itu tercermin dari *need for achievement, internal locus of control, self reliance, extroversion* itu semua dapat mendorong kinerja dari perusahaan tersebut. Hal ini dikuatkan oleh (Covin & Slevin, 1991) yang mengatakan apabila semakin tingginya orientasi kewirausahaan dapat berpengaruh dalam peningkatan kemampuan dari perusahaan untuk memasarkan produknya agar menuju kinerja usaha yang baik. (Sinarsi, 2013) dalam penelitiannya mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan terhadap kinerja dari perusahaan berpengaruh secara signifikan. Baum (2001) mengatakan elemen-elemen dari kewirausahaan seperti *need for achievement, internal locus of control, self reliance, extroversion* berpengaruh terhadap kinerja dari suatu perusahaan dan pertumbuhannya. Studi yang dilakukan oleh (Purnama & Suyanto, 2010) menunjukkan bahwa kemampuan usaha memiliki pengaruh yang signifikan atas keberhasilan terhadap usaha.

Kaitan antara Kapasitas Inovasi terhadap Kesuksesan Proyek. Kapasitas inovasi tentunya menjadi hal terpenting dalam menjalankan suatu usaha, dimana kemampuan seorang wirausaha untuk mengubah peluang menjadi gagasan atau ide-ide baru. hampir sama halnya seperti inovasi yang merupakan gagasan baru diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa (Robbins, 1994).

Kapasitas inovasi diakui oleh perusahaan sebagai aset yang berharga yang berguna untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam menjalankan keseluruhan strategi (Lawson & Samson, 2001). Kapasitas inovasi mempermudah perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk yang baru dengan cepat dan mengambil sistem baru, kemudian kinerja dari inovasi dijelaskan untuk pengkombinasian antara aset dan sumber daya, maka dari itu sangat diperlukan berbagai jenis sumber daya, aset dan juga keberhasilan yang melalui lingkungan sekitar yang berubah dengan cepat (Rajapathirana & Hui, 2017). Kapasitas inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja dari suatu perusahaan. Di dalam industri kreatif tentunya melakukan inovasi produk untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Kemudian di dalam kapasitas inovasi ini kemampuan berpikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan hal yang penting atau merupakan keunggulan bagi pelaku usaha dan kemudian mampu mendorong peningkatan kinerja. Temuan dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya, bahwa inovasi produk dan inovasi proses mampu meningkatkan kinerja (Rosli, 2003), dan organisasi yang inovatif memiliki kemampuan dalam meningkatkan kinerja individu maupun organisasi dan meningkatkan keunggulan dalam bersaing (Liao, 2010).

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis. Untuk mempertahankan kesuksesan proyek yang telah dicapai suatu perusahaan tentunya adanya dilakukan inovasi terhadap produk dan juga menuangkan kreatifitas dalam membuat sebuah produk yang baru dan tidak dapat ditiru oleh pesaing. Apalagi persaingan usaha di bidang industri kreatif hal yang penting atau yang paling diutamakan kreatifitas dari seorang wirausahaan itu sendiri dan juga inovasinya dalam membuat produk-produk yang baru dan yang unik atau produk yang belum ada dimiliki orang lain. Berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 2.1 diatas, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan yang signifikan terhadap Kesuksesan Proyek Industri Kreatif Pada UKM bidang Fashion di daerah Tanah Abang.
- H2 : Terdapat pengaruh Kapasitas Inovasi yang signifikan terhadap Kesuksesan Proyek Industri Kreatif Pada UKM bidang Fashion di daerah Tanah Abang.

METODOLOGI

Desain penelitian dapat diartikan sebagai rencana kerja yang telah sistematis didalam hubungan antar variabel yang secara komprehensif agar seluruh hasil riset dapat memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan dari penelitian tersebut. Seluruh rencana kerja tersebut meliputi hal-hal yang dilakukan oleh peneliti, terutama dari pembuatan hipotesis dan pengimplikasian secara operasional hingga analisis terakhir (Umar, 2007). Dimana desain penelitian yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif seperti penelitian eksperimental, melakukan survey, longitudinal, studi kasus, dan komparatif. Tentunya seorang peneliti dapat menerapkan desain penelitian yang paling tepat dari berbagai desain penelitian untuk diterapkan dalam penelitian kuantitatif maupun kualitatif yang digunakan.

Desain penelitian memiliki tujuan untuk menanggulangi apabila terjadinya suatu penyimpangan dan telah mempersiapkan jawaban yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015), metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai sebuah metode penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti suatu sampel atau populasi sampel dan teknik yang digunakan untuk pengambilan sample dilakukan secara acak atau secara random sampling, kemudian cara pengumpulan data dapat dilakukan dengan pemanfaatan dari instrumen yang digunakan dalam penelitian itu sendiri dan penganalisis data yang dipakai bersifat kuantitatif atau dapat diukur yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Kemudian desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kausal.

HASIL UJI STATISTIK

Deskripsi subjek penelitian dari 30 responden. Berdasarkan karakteristik jabatan sebanyak 30 responden merupakan pemilik usaha industri kreatif pada UKM bidang Fashion. Berdasarkan karakteristik umur usaha Sebanyak 5 responden atau setara dengan 17% yang memiliki umur usaha kurang dari 1 tahun, 14 pemilik atau 46% yang memiliki umur usaha 1 sampai 5 tahun dan sebanyak 11 pemilik atau 37% yang memiliki umur usaha lebih dari 5 tahun. Berdasarkan karakteristik kepemilikan konveksi sebanyak 30 responden atau setara dengan 100%. Berdasarkan karakteristik jumlah karyawan sebanyak 30 responden atau 100%

memiliki jumlah karyawan sebanyak 5 – 19 orang, kemudian sebanyak 0 responden atau 0% memiliki jumlah karyawan sebanyak 20 – 99 orang. Berdasarkan karakteristik omset penjualan selama 1 tahun didapatkan sebanyak 26 pemilik atau 87% memiliki omset penjualan selama 1 tahun sebesar Rp. 300.000.000 – Rp. 2.500.000.000, dan sebanyak 4 pemilik atau (13%) yang memiliki omset penjualan selama 1 tahunnya sebesar Rp. 2.500.000.000 – Rp. 50.000.000.000.

Tabel 1. Tanggapan Responden Atas Orientasi Kewirausahaan

No	Pernyataan	TD	JD	N	DT	SD	Rata-Rata Jawaban Responden
		BOBOT					
		1	2	3	4	5	
1	Perusahaan kami menekankan pada pencarian target bisnis atau pasar baru	0	0	10	17	3	3,76
2	Perusahaan kami menekankan pada penciptaan produk baru yang akan memberikan nilai kepada pelanggan baru atau yang sudah ada	0	0	11	15	4	3,76
3	Perusahaan kami menekankan pada menemukan cara-cara non-produk untuk menciptakan nilai bagi pelanggan baru atau yang sudah ada, seperti melalui pemasok dan saluran distribusi, tenaga penjualan, dan pemasaran	0	1	8	15	6	3,86
4	Perusahaan kami menekankan pada menyingkirkan pesaing yang akan memasuki pasar	0	1	8	14	7	3,9
5	Perusahaan kami menekankan pada pengenalan produk atau layanan baru sebelum pesaing kami melakukannya	0	0	5	18	7	4,06
6	Perusahaan kami menekankan pada peningkatan nilai kepada pelanggan kami melalui cara nonproduk-seperti melalui pemasok dan saluran distribusi, tenaga penjualan, pemasaran – sebelum pesaing kami melakukannya	0	0	11	11	8	3,9
7	Perusahaan kami menekankan pada penetapan harga secara proaktif (sehingga pesaing harus bereaksi terhadap harga kami)	0	0	5	17	8	4,1
8	Perusahaan kami menekankan pada penciptaan kemitraan dengan mitra terbaik di industri, sebelum pesaing kami mendaftar	0	1	9	13	7	3,86
9	Perusahaan kami menekankan pada mendorong biaya lebih rendah, lebih cepat daripada pesaing kami	1	0	12	12	5	3,66
10	Perusahaan kami menekankan pada rekayasa ulang proses kami untuk membuatnya lebih efisien daripada proses pesaing kami	0	1	10	14	5	3,76
11	Hampir selalu ada cara untuk menghindari kegagalan,dengan satu atau lain cara	0	1	9	13	7	3,86

12	Untuk membuat perubahan yang efektif pada penawaran kami, kami harus bersedia menerima setidaknya tingkat risiko kerugian yang signifikan	0	0	11	8	11	4
13	Risiko kehilangan peluang sama pentingnya dengan risiko kegagalan: penting untuk tidak melewatkan peluang yang signifikan	0	0	9	15	6	3,9
14	Jika seorang manajer mengambil risiko dan gagal, ia seharusnya tidak dihukum	0	1	10	8	11	3,96

Tabel 2. Tanggapan Responden Atas Kapasitas Inovasi

No	Pernyataan	TD	JD	N	DT	SD	Rata-Rata Jawaban Responden
		BOBOT					
		1	2	3	4	5	
1	Inovasi berdasarkan hasil penelitian siap diterima di perusahaan kami	0	0	5	19	6	4,03
2	Manajemen di perusahaan kami secara aktif mencari ide-ide inovatif	0	0	8	15	7	3,96
3	Inovasi mudah diterima dalam manajemen program/proyek	0	0	8	15	7	3,96
4	Orang-orang di perusahaan kami diberi sanksi karena ide-ide baru yang tidak berfungsi	0	0	5	19	6	4,03
5	Inovasi di perusahaan kami dianggap terlalu berisiko dan ditolak	0	3	12	12	3	3,5

Tabel 3. Tanggapan Responden Atas Kesuksesan Proyek

No	Pernyataan	TD	JD	N	DT	SD	Rata-Rata Jawaban Responden
		BOBOT					
		1	2	3	4	5	
1	Kesuksesan proyek perusahaan kami dinilai dari sudut pandang pengembalian investasi	0	0	12	14	4	3,73
2	Kesuksesan proyek perusahaan kami dinilai berdasarkan waktu penyelesaiannya	0	1	10	13	6	3,8
3	Kesuksesan proyek perusahaan kami dinilai dari sudut pandang profitabilitas	0	3	13	12	2	3,43
4	Kesuksesan dari proyek dapat dijadikan tolak ukur untuk kesuksesan usaha kami	0	0	7	16	7	4
5	Kesuksesan proyek kami dibuat berdasarkan strategi perusahaan kami	0	0	8	16	6	3,93
6	Perusahaan kami sangat sukses dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan	0	3	7	18	2	3,63
7	Perusahaan kami selalu sukses dalam menjalankan setiap proyek atau hasil keseluruhan proyek	0	0	18	8	4	3,53

Pada penelitian ini, sang peneliti menggunakan uji analisis data yang dilakukan dengan pengujian *outer model* yang terdiri dari 2 yaitu uji validitas dan reliabilitas serta pengujian *inner model* yang terdiri dari uji koefisien determinasi (R^2), uji *Q-square* (Q^2), *goodness of fit* (GoF), *path coefficients* dan juga hasil *bootstrapping*. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel-variabel independen yang terdiri dari orientasi kewirausahaan, kapasitas inovasi untuk memprediksi variabel dependen pada penelitian ini yaitu Kesuksesan proyek. Nilai *Q-square* dihasilkan melalui proses *blindfolding* yang terdapat dalam SmartPLS 3.0. metode *blindfolding* hanya diterapkan atau dilakukan pada variabel yang dipengaruhi menggunakan model pengukuran reflektif. Berdasarkan hasil pada 4.5, maka diketahui bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi memiliki pengaruh yang sedang terhadap Kesuksesan Proyek yaitu sebesar 0,335. Sesuai dengan pendapat yang dikatakan oleh Latan dan Ghazali (2012), hasil memiliki pengaruh yang lemah apabila nilainya 0.02 kemudian pengaruh yang sedang apabila nilainya 0.15 dan pengaruh yang kuat apabila nilai tersebut sebesar 0.35. Uji hipotesis pada penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan antara variabel dalam penelitian ini dengan melihat hasil dari metode *bootstrapping* bagian *T statistic* dan *P values*. Jika Apabila nilai *T statistic* lebih besar dari 1,96 atau *P values* < 0,005 maka H_0 ditolak dan dapat dikatakan bahwa variabel independen (X) berhubungan secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian validitas dan reliabilitas data pada penelitian ini menggunakan hasil dari pengujian *outer model* yang sudah dilakukan dimana nilai *outer loadings* pada setiap indikator memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) diatas 0,5 sehingga nilai *discriminant validity* dapat memenuhi kriteria. Hasil uji *cronbach's alpha* pada setiap variabel menghasilkan nilai diatas 0,6 dan hasil *composite reliability* pada setiap variabel memiliki nilai diatas 0,7, sehingga data pada penelitian ini sudah reliabel karena sudah memenuhi kedua kriteria tersebut. Hasil pengujian analisis koefisien determinasi R^2 pada penelitian ini adalah sebesar 0,667 atau 66,7%.

Berdasarkan dari hasil koefisien determinasi R^2 maka dapat diketahui bahwa orientasi kewirausahaan dan kapasitas inovasi memiliki pengaruh terhadap kesuksesan proyek sebesar 66,7% dan dapat dikatakan koefisien determinasi R^2 pada penelitian ini memiliki pengaruh yang sedang. Sedangkan 33,3% kesuksesan proyek dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Setelah melewati analisis koefisien determinasi R^2 maka dilakukan Uji *Q-square* dengan metode *blindfolding* memiliki nilai 0,335 menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan kapasitas inovasi memiliki pengaruh yang sedang terhadap Kesuksesan proyek. Dan pengujian *path coefficients*, hasil dari pengujian ini yaitu diperoleh persamaan dalam penelitian ini dengan Kesuksesan Proyek = 0,249 Orientasi Kewirausahaan + 0,739 Kapasitas Inovasi, dan mendapatkan hasil 0,608 menunjukkan bahwa tingkat kelayakan model penelitian ini tergolong kuat. Berdasarkan persamaan tersebut dapat menunjukkan bahwa hubungan variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja memiliki hubungan yang positif dan kapasitas inovasi pasar berhubungan positif terhadap kesuksesan proyek.

DISKUSI

Hasil dari pengujian hipotesis yang pertama menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki nilai t-statistik sebesar 2,568 yang berarti lebih besar dari pada batas nilai kriteria yaitu sebesar 1,96 dan nilai *p-values* orientasi kewirausahaan sebesar 0,011 yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Sehingga melalui data diatas, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kesuksesan proyek Usaha kecil dan Menengah. Hal ini sesuai dengan penelitian Lumpkin dan Dess (1996), yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki hubungan yang positif terhadap kinerja usaha.

Kemudian menurut (Zahra & Covin, 1995) bahwa kinerja dari orientasi kewirausahaan banyak digunakan pada perusahaan dengan melakukan orientasi kewirausahaan untuk menjalankan usaha tersebut lebih baik. Kemudian hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa pengujian kapasitas inovasi terbukti dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kesuksesan proyek Usaha Kecil dan Menengah dikarenakan hasil dari nilai t-statistik kapasitas inovasi sebesar 10,333 yang berarti lebih besar dari 1,96 dan p-values kapasitas inovasi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Sehingga dapat diketahui bahwa kapasitas inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan proyek Usaha Kecil dan Menengah. Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa H2 ditolak. Hal ini sesuai dengan penelitian Lawless dan Anderson, dalam Rahmani (2004) berpendapat kapasitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi tergantung pada kompleksitas pasar yang dihadapi. Semakin kompleks kondisi pasar, maka semakin kuat pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan. Penelitian Sharma dan Fisher (1997) menunjukkan inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya terhadap penelitian ini yang berjudul “pengaruh orientasi kewirausahaan yang signifikan terhadap kesuksesan proyek Usaha Kecil dan Menengah pada Usaha Fashion di Tanah Abang, Jakarta Pusat.”, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat baik untuk penelitian selanjutnya maupun pihak pengusaha sebagai berikut:

- a. Dari aspek orientasi kewirausahaan, peneliti menyarankan agar pemilik dari industri kreatif bidang *fashion* ini untuk tetap menjaga atau mempertahankan penerapan dari orientasi kewirausahaan yang sudah baik dengan tetap memperkenalkan produk-produk baru maupun layanan baru untuk mencapai pertumbuhan perusahaan yang baik.
- b. Dari aspek kapasitas inovasi, peneliti menyarankan agar pemilik dari industri kreatif bidang *fashion* ini untuk tetap menjaga penerapan kapasitas inovasi yang sudah baik dengan selalu menuangkan kreatifitasnya dan menciptakan ide-ide baru yang berguna untuk meningkatkan kesuksesan proyek.
- c. Untuk peneliti selanjutnya yang dilakukan, disarankan untuk menambah variabel-variabel lain di luar penelitian yang dimana memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi kinerja usaha secara signifikan.
- d. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar jangkauan area atau lokasi pengambilan sampel dan jumlah sampel yang akan diteliti dapat diperluas lagi dengan tujuan dapat memperkuat hasil dan melengkapi penelitian yang dilakukan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bekraf.go.id. (2017). data statistik dan hasil survei ekonomi kreatif. 4 - 6.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). *A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(Fall): 7-26.
- Dess, G., & Lumpkin, G. (2005). *Entrepreneurial Orientations as a Source of Innovative Strategy*.
- Dess, G., & Picken, J. (2000). *Changing Roles: Leadership in the 21st Century. Organization Dynamics (Winter)*, 18-33.
- Knight, G. (2000). *Entrepreneurship and Marketing Strategy: the SME Under Globalization. Journal of International Marketing*, ISSN 1069-031X, Vol.8, No.2 .
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). *Developing Innovation Capability in Organisations: A Dynamic Capabilities Approach. International Journal of Innovation Management*, Vol. 5(3): 377-400.

- 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*. *J. Bus. Venturing* 16. 429-451.
- Maurice, G. (2005). *An Empirical Study of Performance Measurement in Manufacturing Firm*. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 54 No.5/6.pp.419-437.
- Purnama, C., & Suyanto. (2010). *Motivasi dan Kemampuan Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12, 2: 177-184.
- Robbins, S. P. (1994). *Teori Organisasi : Konsep, Struktur, Proses*. Jakarta: Penerbit Arcan.
- Sinarsi, A. (2013). *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Strategi Bisnis dalam Meningkatkan kinerja Perusahaan*. *Prosiding Seminar Nasional ISBN*, 978-979.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2007). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Utama, L., 2018. *Pengaruh Sumber Daya Pemilik Waralaba Terhadap Kinerja Penerima Waralaba Dengan Orientasi Kewirausahaan sebagai mediasi*. *Conference On Management and Behavioral Studies*.
- Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). *Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship - Performance Relationship: A Longitudinal Analysis*. *Journal of Business Venturing*, 10, 43-58.