

**PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS TERHADAP KINERJA (STUDI PADA
UKM PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN SIDOARJO)****Siti Rosyafah****ABSTRAK**

Pemerintah membuat program *millennium development goals* (MDGs), dimana pemerintah menerbitkan INPRES No.3/2010 tentang program pembangunan yang berkeadilan, yang secara spesifik berisikan tiga hal yang salah satunya adalah : program pembangunan yang pro rakyat, yaitu program penanggulangan kemiskinan berbasis keluarga, pemberdayaan masyarakat dan pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM). Kajian terhadap pemberdayaan UKM dengan menggunakan metode *case study*, dengan obyek penelitian UKM produk unggulan di kabupaten Sidoarjo. Tujuan penelitian: Menguji dan menganalisis apakah lingkungan bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Obyek penelitian pada UKM produk unggulan di Kabupaten Sidoarjo yang termasuk dalam kawasan pasar wisata yaitu : kampung batik desa Jetis kecamatan Sidoarjo, sentra industri tas dan koper di desa Kludan kecamatan Tanggulangin. Metode analisis yang digunakan berupa *cross sectional analysis* dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut. Metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan *partial least square-path modeling* (PLS-PM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha produk unggulan di Kabupaten Sidoarjo. Kesimpulan, berdasarkan pengujian hipotesis, hasil pembahasan dan temuan penelitian dapat diuraikan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Hasil studi di lapangan ternyata lingkungan bisnis tidak mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kinerja perusahaan. Persepsi responden terhadap aspek pesaing dan keuangan dalam lingkungan bisnis masih *relative* rendah, hal ini diperkirakan sebagai penyebab rendahnya tingkat pengaruh lingkungan bisnis terhadap kinerja perusahaan.

Kata kunci: Lingkungan Bisnis dan kinerja Usaha

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Pada era globalisasi saat ini setiap perusahaan akan menghadapi kompleksitas, perubahan dan persaingan bisnis yang semakin ketat (Basu & Siems, 2004, Huang *et al.*, 2005). Kompetisi yang terjadi antar perusahaan akhir-akhir ini tidak hanya ketat tetapi juga terjadi antar perusahaan dari berbagai negara (Easton & Zhang, 2003) sebagai akibat dari adanya pemaksaan ekonomi pasar bebas yang dilakukan oleh beberapa organisasi dunia antara lain AFTA. Berkaitan dengan hal tersebut pemerintah menerbitkan INPRES No.3/2010 tentang program pembangunan yang berkeadilan yang berisi tentang program secara spesifik berisikan tiga hal salah satunya adalah: program pembangunan yang pro rakyat, yaitu program penanggulangan kemiskinan berbasis keluarga, pemberdayaan masyarakat dan pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM). Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim, 2002).

Sidoarjo dikenal sebagai kota UKM Indonesia karena memiliki begitu banyak jumlah UKM yang tersebar diseluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Keberadaan UKM di Sidoarjo telah terbukti dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan domestik regional bruto (PDRB) dan penyerapan tenaga kerja. Peningkatan UKM di

Kabupaten Sidoarjo dari waktu ke waktu tidak diimbangi dengan meningkatnya kualitas UKM itu sendiri. Hal ini bisa dilihat dari masih rendahnya tingkat daya saing yang dimiliki oleh UKM di Kabupaten Sidoarjo yang diindikasikan dari tidak terserapnya produk dipasar secara optimal. Seperti diketahui definisi dari daya saing adalah kemampuan perusahaan dalam penguasaan pasar, meningkatkan dan mempertahankan posisi pasar, mengatasi perubahan dan persaingan pasar serta kapasitas menjual produk secara menguntungkan. Kebanyakan para pelaku UKM di Kabupaten Sidoarjo adalah pemilik sekaligus pengrajin atau pelaku proses produksi yang tidak berinteraksi secara langsung dengan konsumen karena hasil produksi dijual melalui para pengepul, sehingga tidak memahami selera konsumen yang selalu berubah ubah dan tidak dapat mengukur kekuatan pesaing.

Untuk menjawab permasalahan tersebut di atas peneliti mengacu pada kajian empiris yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Lingkungan Bisnis eksternal mempunyai peranan besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial, proses dan struktur organisasi (Keats & Hitt, 1988). Namun disadari, daya saing dari UKM di Indonesia masih sangat rendah dan rentan terhadap dinamika lingkungan bisnis yang semakin tak pasti. Perusahaan harus dapat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, seperti yang dikemukakan oleh Hopkins & Hopkins, 1997, Miller and Cardinal, 1994 bahwa perusahaan harus dapat mengatasi dan menyesuaikan terhadap perubahan kondisi lingkungan yang turbulen/bergolak. Dinamika lingkungan yang begitu cepat kondisi ini memberikan dampak rendahnya produktivitas yang dihasilkan dan eksistensi usaha menjadi terancam.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menelaah secara mendalam atau menguji dan menganalisis mengenai pengaruh lingkungan bisnis terhadap kinerja UKM. Tujuan penelitian ini adalah untuk Menguji dan menganalisis pengaruh faktor lingkungan bisnis terhadap kinerja.

LANDASAN TEORI

Lingkungan Bisnis

a. Lingkungan bisnis internal

Lingkungan merupakan segala sesuatu yang berada di luar organisasi (Robbins 1994:226). Sedangkan menurut Smircich and Stubbart, (1985); Masfield, (1990) dalam Brooks and Weatherston (1997:4), definisi lingkungan memiliki masalah intelektual, sehingga para peneliti mengkategorikannya dengan pendekatan yang berbeda. Dalam konteks manajemen strategi lingkungan didefinisikan berdasarkan dekat dan jauhnya lingkungan dari organisasi atau langsung dan tidak langsungnya lingkungan mempengaruhi organisasi. Sementara Nickels dan McHugh (2009:12) mendefinisikan lingkungan bisnis sebagai faktor-faktor yang ada di sekitar bisnis tersebut. Faktor-faktor tersebut akan dapat membantu ataupun menghambat perkembangan bisnis yang ada. Sedangkan Wheleen and Hunger (2000:9) membedakannya atas lingkungan eksternal (*external environment*) dan lingkungan internal (*internal environment*).

Hartanto (2009: 67) menyatakan tentang keharusan pelaku bisnis yang ingin sukses di lingkungan bisnis yang begitu kompleks, maka pelaku bisnis tersebut harus bekerja dengan memanfaatkan pengetahuan dan intuisi yang digunakan untuk memperkirakan apa yang akan terjadi di masa depan. Perkiraan itu pun juga harus dilakukan dengan jernih, menghilangkan subyektifitas yang ada dalam diri pelaku bisnis tersebut. Hal ini dikarenakan lingkungan bisnis merupakan sebuah faktor yang sangat dinamis dan kedinamisan itu berganti dalam waktu yang sangat cepat. Selain itu, strategi usaha akan meningkat ditentukan oleh kekuatan - kekuatan lingkungan.

Menurut Pearce dan Robinson (1997) perumusan strategi dijadikan pedoman oleh eksekutif dalam menetapkan kebijakan organisasi untuk mencapai tujuan akhir serta cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan akhir. Perumusan strategi yang efektif dan efisien adalah perumusan yang memadukan perspektif yang berorientasi kedepan dengan lingkungan bisnis eksternal dan lingkungan internal organisasi.

Lingkungan bisnis atau lingkungan organisasi menurut (Wright *et al.*, 1996:4; Wheleen and Hunger, 2000 : 8; Hitt, 1995 : 6) dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu: lingkungan

internal (*internal environment*) dan lingkungan eksternal (*eksternal environment*). Lingkungan bisnis internal meliputi: *structure, culture, dan resources* (Wheelen & Hunger, 2000).

Struktur (*structure*) adalah suatu kondisi lingkungan internal yang berkaitan dengan komunikasi, wewenang dan arus kegiatan, lingkungan bisnis yang berkaitan dengan budaya (*culture*) terdiri dari pola keyakinan dan nilai-nilai yang dianut oleh anggota organisasi sebagai pembentuk perilaku anggota organisasi. Sedangkan sumberdaya menurut Peter *et al.* (tahun) sumberdaya yang ada dalam perusahaan (*the firms resources*) akan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, dimana sumberdaya perusahaan meliputi: a) *human resources* yang terdiri dari pengalaman, kemampuan, keahlian dan pengetahuan dari karyawan, b) *organizational resources* yang terdiri dari: proses produksi, proses pembelian material, proses produksi/operasi, proses keuangan, pemasaran, sistem informasi dan sistem pengendalian, c) *physic resources* yang terdiri dari pabrik, akses terhadap material, jaringan distribusi dan teknologi.

b. Lingkungan bisnis eksternal

Lingkungan bisnis eksternal mempunyai peranan besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial, proses dan struktur organisasi (Keats & Hitt, 1988), maka lingkungan bisnis eksternal penting untuk dipantau dan dianalisis. Pengamatan lingkungan merupakan proses penting dalam manajemen strategik, sebab merupakan mata rantai yang pertama dalam tindakan dan persepsi yang memungkinkan suatu organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya (Hambrick, 1982).

Lingkungan eksternal, dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Lingkungan jauh, dapat dikaji dari faktor PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi). Umar (2008) menambahkan bahwa lingkungan jauh ini pada dasarnya di luar dan terlepas dari perusahaan. Penjelasan dari keempat factor tersebut adalah sebagai berikut:
 - a. Faktor politik
Arah, kebijakan, dan stabilitas politik merupakan faktor yang penting bagi para pengusaha. Hal ini dikarenakan suasana politik yang tidak kondusif akan memberi dampak negatif pada dunia usaha, begitu juga ketika situasi politik yang kondusif maka akan berdampak positif.
 - b. Faktor ekonomi
Kondisi ekonomi sangat mempengaruhi iklim bisnis. Jika kondisi ekonomi makin buruk, maka ikut buruk pula iklim bisnis yang ada, begitu juga sebaliknya. Dengan demikian, pemerintah dan seluruh masyarakat seharusnya bekerja sama untuk mempertahankan dan meningkatkan perekonomian di daerah masing-masing.
 - c. Faktor sosial
Kondisi ini selalu berubah, sehingga dapat mempengaruhi perusahaan. Contoh dari kondisi sosial ini antara lain: sikap, gaya hidup, adat istiadat, dan kebiasaan orang-orang yang berada di lingkungan eksternal perusahaan, di mana faktor-faktor sosial tersebut dikembangkan dari kultural, ekologis, demografis, religius, pendidikan, dan etnis. Kekuatan faktor sosial ini sangatlah dinamis, yaitu berubah-ubah.
 - d. Faktor teknologi
Perkembangan teknologi dewasa ini berkembang dengan pesat di segala aspek kehidupan. Sebenarnya, teknologi bukan hanya penemuan-penemuan baru, tapi juga penemuan metode baru dalam menyelesaikan suatu permasalahan.
2. Lingkungan industri dikaji melalui aspek dalam Konsep Strategi Bersaing (*Competitive Strategy*) milik Porter. Konsep tersebut menganalisis persaingan bisnis berdasarkan lima variabel utama yang disebut Lima Kekuatan Bersaing (*Five Competitive Forces*) atau bisa disebut juga *Five Forces Analysis*. Kelima variabel itu antara lain:
 - a. Pendatang baru
Menurut Pearce dan Robinson (2003:87) menyatakan pendatang baru ke suatu industri membawa masuk kapasitas baru, keinginan untuk merenggut bagian pasar (*market share*), dan sering kali sumber daya yang cukup besar. Perusahaan yang melakukan diversifikasi melalui akuisisi ke dalam industri dari pasar lain seringkali memanfaatkan sumber daya perusahaan untuk dapat berkembang.

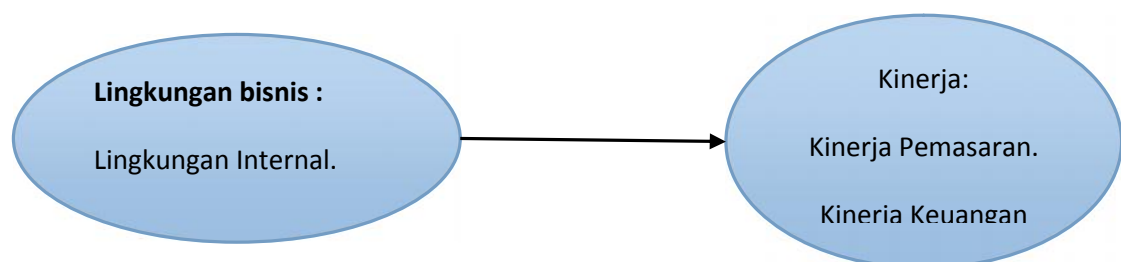
- b. Pemasok yang kuat
Menurut Pearce dan Robinson (2003:88) pemasok dapat memanfaatkan kekuatan tawar menawarnya atas para anggota industri dengan menaikkan harga atau menurunkan kualitas barang dan jasa yang dijualnya. Pemasok yang kuat karenanya, dapat menekan kemampuan suatu industri.
- c. Pembeli yang kuat
Menurut Pearce dan Robinson (2003:90) pembeli atau pelanggan dapat juga menekan harga, menuntut kualitas lebih tinggi atau layanan yang lebih banyak, dan mengadu domba sesama anggota industri. Semua ini dapat menurunkan laba industri.
- d. Produk substitusi
Menurut Pearce dan Robinson (2003:101), produk substitusi merupakan produk lain yang bisa menggantikan produk tertentu dalam memenuhi kebutuhan yang sama. Semakin banyak tersedia dan mudah diperoleh produk substitusi dari sebuah industri yang semakin mengancam industri tersebut.
- e. Persaingan di antara para anggota industri
Menurut Pearce dan Robinson (2003:91) persaingan di kalangan anggota industri terjadi karena perusahaan berebut posisi dengan menggunakan taktik seperti persaingan harga, introduksi produk, dan perang iklan.

Hartanto (2009) mengemukakan bahwa gejolak yang dihadapi dunia bisnis bukan saja terjadi karena perubahan pada lingkungan bisnis eksternalnya, tetapi juga perkembangan dan perubahan internalnya dari masing-masing perusahaan. Perubahan pada lingkungan eksternal berkisar pada perkembangan atas kebutuhan masyarakat, pelanggan, perubahan tatanan ekonomi, perubahan demografi, perubahan mobilitas sosial dan geografik. Sebaliknya perubahan dalam lingkungan internal timbul karena dua kekuatan yaitu (1) kesadaran baru manajemen tentang respon strategik yang perlu mereka ambil untuk menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan eksternalnya disebut perubahan strategi dan (2) timbul dan pendewasaan perusahaan.

Lingkungan bisnis eksternal mempunyai peranan besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial, proses dan struktur organisasi (Keats & Hitt, 1988), maka lingkungan bisnis eksternal penting untuk dipantau dan dianalisis. Pengamatan lingkungan merupakan proses penting dalam manajemen strategik, sebab merupakan mata rantai yang pertama dalam tindakan dan persepsi yang memungkinkan suatu organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya (Hambrick, 1982).

Kerangka Konsep Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini memfokuskan pada variabel lingkungan bisnis, derajat pengaruhnya terhadap variabel kinerja UKM.



Gambar Kerangka Konsep Penelitian

Hipotesis Penelitian

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sjocrd Vijfvinde, Nasser Bouman, Jolanda Hessels (2011) mengatakan bahwa dinamika lingkungan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Cohen; 2001 dimana dikatakan

bahwa lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja. Dari argumen tersebut diatas maka hipotesis penelitian adalah: Semakin meningkatnya perubahan lingkungan bisnis, maka semakin meningkat kinerja UKM.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis sekaligus melakukan eksplanasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Creswell (2003) mengemukakan penelitian kuantitatif adalah penyelidikan tentang masalah kemasyarakatan atau kemanusiaan yang didasarkan pada pengujian suatu teori yang tersusun atas variabel-variabel, diukur dengan bilangan-bilangan, dan dianalisis dengan prosedur-prosedur statistik. Tujuannya adalah menentukan apakah generalisasi-generalisasi prediktif dari teori tertentu yang diselidiki terbukti kebenarannya.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kecamatan Sidoarjo Tanggulangindi Kabupaten Sidoarjo

Populasi

Populasi adalah elemen lengkap yang biasanya berupa orang, obyek transaksi atau kejadian dimana peneliti tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian (Kuncoro, 2003). Adapun populasi penelitian adalah pemilik/pengelola usaha kecil menengah yang termasuk dalam kawasan pasar wisata.

Pengumpulan Data

Menurut waktu pengumpulannya jenis data yang dikumpulkan adalah data *cross section*. Sedangkan menurut cara memperolehnya jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer yaitu data tentang lingkungan bisnis, perencanaan strategi, orientasi kewirausahaan, inovasi dan kinerja perusahaan yang diperoleh langsung dari responden, yaitu pengusaha produk unggulan pada aspek kerajinan dan makanan dengan menggunakan instrument penelitian (kuesioner) yang telah dipersiapkan.
- b. Data sekunder yaitu data-data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur Kabupaten Sidoarjo dan sumber lainnya. Data sekunder digunakan untuk mendukung dan mempertajam analisis dalam studi ini.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a. Kuesioner, dilakukan dengan menggunakan kuesioner kepada para pengusaha kecil dan menengah produk unggulan pada aspek kerajinan dan makanan untuk menjawab dan memberikan persepsi mereka tentang pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian ini.
- b. Wawancara, dilakukan kepada pengusaha kecil dan menengah produk unggulan pada aspek kerajinan dan makanan, untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan obyek studi, dan mengidentifikasi permasalahan-permasalahan penelitian.

Mengingat sebagian kebanyakan responden ini memiliki tingkat pendidikan yang tergolong rendah, untuk merespon setiap item pernyataan, responden sebelumnya diberikan pemahaman/penjelasan yang lebih detil disertai contoh termasuk penggunaan bahasa daerah (Bahasa Jawa)

Metode Analisis Data

Metode Statistik Deskriptif

Penggambaran secara deskriptif mengenai indikator-indikator dari konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian ini terutama sekali adalah dengan menggunakan nilai mean dan nilai indeks dari jawaban para responden. Ferdinand (2006) menyebutkan bahwa angka indeks adalah alat analisis yang lebih cocok digunakan untuk mendeskripsikan jawaban responden. Nilai indeks akan memberikan gambaran deskriptif mengenai karakteristik responden dalam suatu penelitian.

Metode Statistik Inferensial

Metode analisis yang digunakan berupa cross sectional analysis dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut. Metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan *partial least square-path modeling* (PLS-PM).

Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian dan pembangunan nasional.

Strategi penyelamatan, pengembangan dan pemberdayaan UKM yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo antara lain dengan dicanangkannya sentra UKM sebagai sentra wisata industri di beberapa kecamatan. Adapun sentra-sentra tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Pencanangan Sentra Batik di Kecamatan Sidoarjo atau “Kampoeng Batik Jetis” yang diresmikan oleh Bupati Sidoarjo pada tanggal 3 Mei 2008 dengan jumlah pengrajin batik sebanyak 30 orang.
- b. Pencanangan sentra intako (industri tas dan koper) di kecamatan Tanggulangin. Dengan pengrajin 50 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hubungan Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja (Hipotesis)**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu pengaruh lingkungan bisnis terhadap kinerja UKM diukur dengan tujuh dimensi yaitu pelanggan, pemasok, pesaing, aspek SDM, aspek keuangan, aspek teknik, aspek pasar dan pemasaran tidak berpengaruh terhadap Kinerja UKM, karena ketujuh dimensi tersebut memiliki *loading factor* yang positif.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,091 yang bertanda positif dan nilai t-statistik $1.255 > 1,960$ atau $p \text{ value } 0,210 < 0,05$ mengindikasikan bahwa hasil analisis antara lingkungan bisnis dengan kinerja UKM terbukti bahwa terdapat korelasi yang positif tetapi tidak signifikan. Artinya semakin tinggi nilai lingkungan bisnis tidak dapat meningkatkan kinerja UKM. Dengan demikian hipotesis tersebut yang diajukan dalam penelitian ini tidak dapat diterima atau tidak didukung oleh fakta empiris.

Hasil penelitian memberikan makna bahwa lingkungan bisnis yang diukur dari pelanggan, pemasok, pesaing, aspek SDM, aspek keuangan, aspek teknik, aspek pasar dan pemasaran secara langsung tidak memberikan pengaruh dalam meningkatkan kinerja pada UKM produk unggulan, selanjutnya dapat dijabarkan sebagai berikut:

UKM di Sidoarjo belum memiliki daya saing yang kuat dalam menghadapi persaingan karena pertama kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurism*) yang rendah terutama dalam melakukan inovasi produk yang antara lain dalam penggunaan bahan baku yang berkualitas hal ini dikarenakan perusahaan hanya menggunakan satu pemasok saja dengan pertimbangan sudah terjalin kerja sama dalam waktu yang relative lama sehingga tidak menambah pemasok baru sebagai pembanding. Kedua, kurangnya tingkat keahlian (*level of expertise*) dalam menghadapi persoalan organisasi dan manajemen sehingga tidak mampu memproduksi secara efisien, fleksibilitas dan berdaya saing. Ketiga, jejaring (*networking*) yang kurang sehingga terbatas akses informasi pasar, hal ini tidak terlepas dari keterbatasan pemahaman mereka terhadap arti pentingnya teknologi informasi seperti bisnis on line dan kepemilikan website yang bisa digunakan sebagai sarana promosi. Keempat, keterhubungan (*linkage*) yang terbatas sehingga tidak dapat mengeksplorasi dengan baik pasar nasional maupun regional. Terakhir, akses keuangan (*access of financial*) yang kurang berpihak pada pelaku UKM seperti lembaga keuangan atau beberapa perbankan yang memberlakukan syarat-syarat kredit yang tidak bisa dipenuhi pelaku UKM secara keseluruhan (*bankable*) sehingga sulit untuk berkembang lebih cepat.

Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap kinerja

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sjocrd Vijfvinckle, Nasser Bouman, Jolanda Hessels (2011) mengatakan bahwa dinamika lingkungan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu lingkungan bisnis terhadap

inovasi UKM produk unggulan di Kabupaten Sidoarjo diukur dengan tujuh dimensi yaitu pelanggan, pemasok, pesaing, aspek SDM, aspek keuangan, aspek teknik, aspek pasar, dan pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UKM karena ketiga dimensi tersebut memiliki loading faktor yang positif.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini berupaya mengintegrasikan konsep teoritis dan beberapa hasil studi sebelumnya dengan menganalisis keterkaitan hubungan lingkungan bisnis terhadap kinerja perusahaan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan. Setelah melihat kondisi lapangan, perlu dilakukan pemisahan kelompok UKM berdasarkan lamanya usaha sebagai sampel agar tidak terjadi perbedaan yang signifikan dalam memahami dan menggambarkan variabel yang digunakan dalam penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis, hasil pembahasan dan temuan penelitian dapat diuraikan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Hasil studi di lapangan ternyata lingkungan bisnis tidak mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kinerja perusahaan. Persepsi responden terhadap aspek pesaing dan keuangan dalam lingkungan bisnis masih *relative* rendah, hal ini diperkirakan sebagai penyebab rendahnya tingkat pengaruh lingkungan bisnis terhadap kinerja perusahaan.

Saran

Berdasarkan pada hasil dan kesimpulan penelitian ini, dapat dikemukakan saran-saran yang menjadi rekomendasi peneliti sebagai berikut:

1. Kuisioner yang disebar tidak hanya ditujukan untuk pelaku UKM saja sebagai responden akan tetapi perlu memasukkan perantara atau pengepul sebagai responden agar jawaban persepsi responden terhadap variabel yang digunakan hasilnya lebih akurat.
2. Perlu dilakukan pengelompokan terhadap objek penelitian dalam hal ini UKM berdasarkan ukuran bisnis (*Business Size*) agar tidak terjadi perbedaan yang signifikan dalam memahami dan menggambarkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam pengumpulan data pada penelitian ini digunakan data *Cross Section*, untuk penelitian selanjutnya perlu digunakan data *longitudinal (time series)* mengingat orientasi kewirausahaan, perencanaan strategi dan inovasi merupakan suatu proses, hal ini perlu dilakukan untuk mengatasi keterbatasan studi *cross section*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfa Arnanda, Bramudya., Pengaruh Lingkungan Bisnis, Perencanaan Strategi, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Daerah (Studi Kasus Pada Bumd Pd Bpr Bank Daerah Karanganyar), , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2014
- Cohen, JF (2001), "Environmental uncertainty and managerial attitude : Effect of strategic planning, non-strategic decision-making and organizational performance", *S.AfrJ.Bus.Manage*, 32 (3).
- Ferdinand, Augusty, Prof. Dr. MBA, (2006), "Metode Penelitian Manajemen", CV. Indoprint, Semarang.
- Hidayat Rachmad, Hairil Budiarto *Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Strategi dan Kinerja Industri Manufaktur di Jawa Timur* (The influence of environmental factors on the strategy and performance of manufacturing industry in East Java), *JURNAL ILMIAH SEMESTA TEKNIK* Vol. 12, No.1, 10-20, Mei 2009
- Hopkins, W.E. and Hopkins, S.A, 1997. "Strategic Planning Financial Performance Relationships in Banks: A Causal Examination", *Strategic Management Journal*, Vol. 18 No.8, pp. 635-52.

- Hopkins, Willieand Shirley, 1997, “Strategic Planning Financial performance Relationshipin Banks: A Causal Examination”,*Strategic Management Journal*, Vol. 18:8, 635-652, Colorado State University, Colorado, USA
- Li Haiyang, How does new venture strategy matter in theenvironment–performance relationship? Department of Management, Lowry Mays College and Graduate School of Business, Texas A&M University,College Station, TX 77843-9641, USAReceived 12 December 2000; accepted 23 January 2001
- Miller, C., and Cardinal, L, 1994, StrategicPlanningandFirmPerformance: a synthesis of twodecades of Research. *Academy of Management Journal*, 37 (6), 1649-1665.
- Sudaryanto dan Hanim,Anifatul. 2002. Evaluasi kesiapan UKM Menyongsong Pasar Bebas Asean (AFTA) : Analisis Perspektif dan Tinjauan Teoritis. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, Vol 1 No 2, Desember 2002