

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL TERHADAP ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA UKM (USAHA KECIL MENENGAH) DI BOGOR

DOI: <https://doi.org/10.22236/semnas/11174-191178>

Hasbi Hilmi Nurjamil Sinadia*¹, Puti Archianti Widiasih²

^{1,2}. Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA

*hasbiHilmi.n.s@gmail.com

Abstract. This research is motivated by the number of business people or entrepreneurs in the city of Bogor which is currently experiencing a fairly rapid increase, especially in the level of SMEs (Small Medium Enterprises), therefore this study aims to look at the relationship between Emotional Intelligence on Entrepreneurial Orientation in Entrepreneurial Business Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bogor. The population of this research is the entrepreneurs or owners of Small and Medium Enterprises (SMEs). The research sample is several entrepreneurs or owners of Small and Medium Enterprises (SMEs) with nonprobability sampling, namely purposive sampling. Samples were taken as many as 114 samples. This study uses regression analysis with the application of IBM SPSS Statistics 22. Data in this study were measured with a Likert scale for Emotional Intelligence with a total of 30 items and a Likert scale for Entrepreneurial Orientation with a total of 14 items. The results showed that there was a significant influence between Emotional Intelligence on Entrepreneurial Orientation based on the results of R square of 0.139 and a probability value of 0,000 ($P < 0.5$), which means significant because $P < 0.05$. Which shows the positive and significant influence between Emotional Intelligence on Entrepreneurial Orientation.

Keywords: Emotional Intelligence, Entrepreneurship Orientation, SMEs

Abstrak. Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya pelaku usaha atau wirausahawan di kota Bogor yang saat ini sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat khususnya dalam taraf UKM (Usaha Kecil Menengah), Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara Kecerdasan Emosional terhadap Orientasi Kewirausahaan pada Wirausaha Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bogor. Populasi penelitian ini adalah wirausahawan atau pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM). Sampel penelitian adalah beberapa wirausahawan atau pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Sampel diambil sebanyak 114 sampel. Penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan aplikasi IBM SPSS Statistics 22. Data dalam penelitian ini diukur dengan skala likert untuk Kecerdasan Emosional dengan jumlah 30 item dan skala likert untuk Orientasi Kewirausahaan dengan jumlah 14 item. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara Kecerdasan Emosional terhadap Orientasi Kewirausahaan berdasarkan hasil R square sebesar 0,139 dan nilai *probability value* 0,000 ($P < 0,5$) yang berarti signifikan karena $P < 0.05$. Yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kecerdasan Emosional terhadap Orientasi Kewirausahaan.

Kata Kunci: Kecerdasan Emosional, Orientasi Kewirausahaan, UKM

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peranan yang penting dalam perekonomian nasional, dapat terlihat dari semakin banyaknya jumlah pelaku UKM. UKM pun berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) suatu daerah. Berdasarkan data perkembangan UKM tahun 2012-2017 BPS, perkembangan usaha kecil mengalami peningkatan unit usaha, pada tahun 2012 jumlah unit usaha kecil sebanyak 602.195 dan pada tahun 2017 meningkat menjadi 757.090 unit usaha, jumlah perkembangan unit usaha kecil antara 2012-2017 sebesar 154.895 dengan presentase sebesar 25,72%. Perkembangan usaha menengah mengalami peningkatan unit usaha pada tahun 2012 jumlah unit usaha menengah sebanyak 44.280 dan pada tahun 2017 meningkat menjadi 58.627 unit usaha, jumlah perkembangan unit usaha menengah antara 2012-2017 sebesar 14.347 dengan presentase sebesar 32,40% (Badan Pusat Statistik, 2015).

Menurut laporan Kementerian Keuangan Indonesia jumlah unit UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada tahun 2010 mencapai 53,83 juta unit usaha atau 99,99% dari total jumlah unit usaha nasional, dengan jumlah unit terbesar adalah usaha mikro yang mencapai 98,85% dari total pelaku usaha nasional. Dari sisi jumlah pertumbuhan, usaha mikro memiliki pertumbuhan yang sangat besar dengan rata-rata pertumbuhan selama lima tahun terakhir paling rendah yaitu 2,34% sedangkan rata-rata pertumbuhan UKM masing-masing sebesar 4,96% dan 3,77% (Kementerian Keuangan Indonesia, 2012).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Dinas Koperasi dan UMKM kota Bogor, UKM memberikan kontribusi sebesar 67 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Hal ini mengindikasikan adanya konsistensi para pengusaha. Kontribusi yang terjadi disebabkan karena tidak banyaknya pabrik-pabrik di kota Bogor, sehingga muncul usaha mikro, kecil dan menengah baru yang dalam 15 tahun belakangan tercatat ada 15 hotel baru, 280 restoran baru, 5 rumah sakit baru, perkantoran baru dan di bidang jasa lainnya. Kontribusi tersebut memberikan pengaruh pada pertumbuhan ekonomi kota Bogor yang angkanya 1,3% lebih tinggi dari nasional yang berada 5,3%, sementara kota Bogor 6,6% (Khatimah, 2019).

Pembuatan izin usaha menjadikan faktor berkembangnya pertumbuhan ekonomi di kota Bogor, harapan dan kebutuhan masyarakat untuk dapat memperoleh pelayanan yang cepat pada proses pengurusan perizinan, pemerintah kota Bogor terus mendorong peningkatan kualitas kinerja Badan Pelayanan Perizinan Terpadu dan Penanaman Modal (BPPTPM). Masyarakat yang membutuhkan pelayanan pengurusan perizinan dapat melakukannya sendiri tanpa perlu meminta bantuan pihak lain, cukup datang ke kantor BPPTPM (Wiguna, 2015).

Kemudahan perizinan mendirikan bangunan membuat pertumbuhan usaha kota Bogor meningkat, salah satunya dengan program “lahan tidur” yang diterapkan oleh pemerintah kota Bogor. Banyaknya “lahan tidur” di daerah kota Bogor yang disediakan oleh pemerintah untuk instansi maupun usaha lainnya. “Lahan tidur” banyak ditemui di berbagai tempat di daerah Bogor, tidak hanya di kota namun juga dipinggiran kota seperti Jasinga dan Cigudek. Selain itu “lahan tidur” juga berada di bagian Bogor Barat dan Bogor Timur. “Lahan tidur” adalah cadangan makam dari pengembang yang belum dipergunakan oleh pemerintah daerah dan dipinjamkan maupun disewakan kepada instansi atau usaha lainnya (Meylisa, 2015).

Pertumbuhan UKM di Bogor dalam jangka waktu 5 tahun ini terus meningkat. Menurut kepala Dinas Koperasi dan UMKM di tahun 2016 ada 15.000 UKM dan sekarang sudah mencapai 23.000 UKM (Khatimah, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 3 tahun saja pertumbuhan UKM di kota Bogor sebesar 8.000 UKM baru, berarti setiap setahun sekali muncul kurang lebih 2.500 UKM baru di kota Bogor. Dengan pertumbuhan ekonomi yang begitu cepat sangat disayangkan jika tidak dimanfaatkan dengan baik.

Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Bogor jika dianalogikan penduduk kota Bogor berjumlah satu juta, maka 3% atau minimal 30 ribu nya itu pengusaha (Wiguna, 2018). Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM kota Bogor pada tahun 2018 terdapat 30.822 UMKM yang terdapat di kota Bogor (Dinas Kota Bogor, 2018). Jumlah unit usaha yang banyak bisa menjadi lebih baik lagi jika diberi pelatihan tentang bagaimana menjadi wirausahawan yang berhasil, salah satunya dengan mempelajari tentang orientasi kewirausahaan.

Memperhatikan pertumbuhan ekonomi di sektor UKM Bogor maka wirausahawan harus memiliki arah orientasi pada usaha yang dijalani untuk membimbingnya dalam berwirausaha. Menurut Dess dan Lumpkin (2005) perusahaan

yang ingin terlibat dalam persaingan kewirausahaan yang sukses perlu memiliki orientasi kewirausahaan. Dengan adanya orientasi kewirausahaan, wirausahawan mampu membawa usahanya dengan lebih terarah dalam melakukan persaingan, sebuah perusahaan akan dapat bersaing dengan kompetitornya akan menjadi perusahaan yang sukses, oleh karena itu pentingnya memiliki orientasi kewirausahaan.

Untuk menciptakan orientasi kewirausahaan yang dapat memunculkan inovasi baru serta dapat mengambil resiko dengan jeli, wirausahawan harus memiliki kemampuan manajemen guna memajukan usahanya. Sejalan dengan hal itu Suci (2009) melakukan penelitian di Provinsi Jawa Timur yaitu di kabupaten dan kota yang memiliki IKM Bordin dengan melibatkan 314 sampel yang membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan manajemen pada industri kecil menengah. Orientasi kewirausahaan dan kemampuan manajemen bersinergi baik secara langsung atau tidak, melalui inovasi dan gagasan kreatif yang diwujudkan wirausahawan dan dilakukan untuk mencapai kinerja usaha yang menguntungkan.

Semakin meningkatnya orientasi kewirausahaan, maka semakin bisa menentukan arah usaha yang diinginkan. Dengan demikian kapabilitas pemasaran pun menjadi langkah selanjutnya dalam membangun usaha. Penelitian Suryanita (2006) yang dilakukan di Semarang dengan melibatkan 100 orang responden yang menghasilkan orientasi kewirausahaan dan kompetensi pengetahuan pasar menjadi efek positif kapabilitas pemasaran dan kinerja pemasaran yang signifikan, bila sebuah perusahaan memiliki manajer pemasaran yang memiliki orientasi kewirausahaan maka dengan begitu akan memberikan dukungan pada peningkatan kapabilitas pemasaran yang memungkinkan bisnis memberikan nilai tambah dan menciptakan nilai terhadap pelanggan serta menjadi kompetitif.

Penelitian Mustikowati dan Tysari (2014) yang dilakukan di Malang dengan melibatkan 468 unit usaha yang menghasilkan orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Semakin baik orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik UKM, perilaku inovatif, perilaku proaktif dan pengambilan resiko, maka pencapaian kinerja perusahaan juga akan semakin baik. Dengan orientasi kewirausahaan yang menguat akan membantu wirausahawan dalam menciptakan ide baru, membuka peluang untuk melakukan penetrasi pada pasar dan melakukan percobaan meskipun beresiko. Dengan demikian wirausahawan dapat menjadi pemimpin pasar dengan melaksanakan strategi dan tujuan jangka panjang,

memiliki kapabilitas pemasaran yang baik meningkatnya kinerja perusahaan akan membuat wirausahawan dapat mempermudah mengatasi tantangan-tantangan yang akan dihadapi.

Witjaksono (2014) menyatakan bahwa wirausahawan yang perusahaannya memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat mampu mengubah keadaan lingkungan yang tidak dapat ditebak menjadi suatu manfaat bagi perusahaan. Membuat kemampuan perusahaan dapat beradaptasi dengan baik pada lingkungan usahanya. Agar tercapainya tujuan-tujuan usaha yang sudah direncanakan dengan harapan dapat meningkatkan kualitas perusahaan demi bersaing dalam pasar.

Pentingnya memiliki tujuan yang akan dicapai dalam orientasi kewirausahaan juga tidak terlepas dengan harus memiliki kecakapan-kecakapan dalam berwirausaha, salah satunya kecerdasan emosional. Dengan adanya kecerdasan emosional maka wirausahawan dapat mengetahui apa yang sedang dirasakan dan dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi. Temaluru dan Unaradjan (2019) kecerdasan emosional adalah kemampuan merasakan, memahami dan secara efektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi, informasi, koneksi, dan pengaruh jiwa manusiawi untuk menyelesaikan masalah demi mencapai sebuah tujuan.

Kecerdasan emosional bagi wirausahawan merupakan hal yang penting. Menurut Kasali (2011) wirausahawan tanpa disertai dengan kemampuan memahami dan mengatasi emosi akan mengakibatkan bisnis tidak berjalan efektif. Untuk itulah dibutuhkan kecerdasan emosional, yaitu kemampuan untuk memahami dan menangani perasaan, baik secara pribadi maupun orang lain, dengan cara yang baik dan membangun.

Kecerdasan Emosional

Petrides (2011) menyatakan bahwa sifat kecerdasan emosional yaitu menyangkut persepsi individu tentang kemampuan emosional mereka sendiri, yang memberikan pengelolaan diri secara tetap karena didasari oleh pengalaman emosional. Dengan kata lain kecerdasan emosional dipengaruhi oleh diri individu itu sendiri yang telah mengalami suatu emosi berdasarkan pengalamannya .

Kecerdasan Emosional menurut Goleman (1999) kemampuan dalam mengenali perasaan dirimsendiri dan kemampuan mengelola emosi dengan baik pada diri sendiri dan dalam hubungan dengan orang lain. Dimana hal tersebut individu yang memiliki

kecerdasan emosional yang baik mampu mengetahui dirinya sendiri dan dapat mengetahui hal-hal yang ingin dilakukan.

Dimensi kecerdasan emosional

Menurut Petrides (2001) kecerdasan emosional memiliki 15 subskala yang merupakan komponen dari 6 faktor, seseorang mendapat nilai tinggi jika, sebagai berikut:

a. *Well-Being*

1. *Self-Esteem* (harga diri), seluruhan evaluasi seseorang kepada dirinya sendiri. Individu yang melihat positif terhadap diri dan prestasi mereka sendiri.
2. *Trait Optimism* (sifat optimis), percaya diri dan memiliki pandangan kearah yang lebih “terang” dari kehidupan.
3. *Trait Happiness* (sifat kebahagiaan), memiliki keceriaan dan puas dengan diri mereka sendiri.

b. *Self-Control*

1. *Emotion Regulation* (regulasi emosi), individu mengontrol perasaan dan kondisi emosinya dalam kegiatannya
2. *Stress Management* (manajemen stres), individu dapat menangani tekanan dengan efektif, dibarengi dengan mengatur tingkat stress.
3. *Impulse Control* (control dalam dorongan) sebagian besar pemikiran dalam bertindak. Daya dorong yang rendah akan membutuhkan pemikiran sebelum bertindak dan membayangkan dengan cermat sebelum mengambil keputusan.

c. *Emotionality*

1. *Emotion Perception* (persepsi emosi), memahami emosi dalam diri sendiri dan orang lain. Hal ini mengenai apa yang mereka rasakan dan mampu memahami emosi orang lain.
2. *Emotion Expression* (ekspresi emosi), individu yang mampu menyampaikan perasaan mereka dengan orang lain.
3. *Trait Empathy* (sifat empati), mengambil perspektif dari empati, yaitu melihat perspektif dari sudut pandang orang lain.
4. *Relationships* (hubungan), hubungan pribadi individu, yang meliputi persahabatan, pertemanan, dan kekeluargaan.

d. *Sociability*

1. *Assertiveness* (ketegasan), individu yang jujur dan berterus terang. Mereka tahu bagaimana meminta suatu hal, memberikan dan menerima pujian, dan teguh pada pendirian.
 2. *Social Awareness* (kesadaran sosial), individu yang mempunyai keterampilan sosial yang baik, peka, mudah menyesuaikan diri, dan cepat mengerti.
 3. *Emotion management* (manajemen emosi), kemampuan individu untuk memahami dan mengarahkan kondisi perasaan orang lain. dan dapat mempengaruhi orang lain.
- e. *Adaptability* (penyesuaian), fleksibel pada pekerjaan dan hidup individu. Mereka mampu beradaptasi dengan lingkungan dan kondisi yang kbaru.
- f. *Self-Motivation* (motivasi diri), individu yang didorong untuk tidak menyerah dalam menghadapi tantangan dan kesulitan yang dihadapi.

Orientasi Kewirausahaan

Wirausaha atau wiraswasta sering diartikan sama oleh sebagian orang dan berdasarkan asal katanya berasal dari kaya *wira* dan *swa*. *Wira* diartikan dengan sikap teladan, jujur, baik, terkemuka, sedangkan *swa* berarti sendiri, dan *sta* artinya berdiri (Sukmadi, 2016). Dengan demikian wirausahawan atau wirausaha atau wiraswasta berarti seseorang berjiwa besar yang berdiri sendiri.

Dewi (2017) kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang mempelajari nilai (*value*), kemampuan (*Ability*), dan perilaku (*behavior*) individu dalam menghadapi tantangan kehidupan untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang akan di hadapi. Suatu ilmu yang dipelajari dan dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan perusahaannya dengan resiko-resiko yang ada.

Dess dan Lumpkin (2005) terdapat lima dimensi orientasi kewirausahaan, yang meliputi:

1. *Autonomy*: Tindakan independent individu atau tim yang bertujuan memunculkan konsep atau visi bisnis dan menjalankannya sampai selesai; Wirausahawan memiliki keputusan sendiri terhadap dirinya maupun tim, guna membawa usahanya memunculkan suatu ide baru yang akan membawanya dalam kegiatan wirausaha dan menyelesaikan tugas tersebut sesuai dengan visi perusahaan.
2. *Innovativeness*: Kesiediaan perusahaan untuk terlibat dalam mendukung ide-ide baru, eksperimen, dan proses kreatif yang bertujuan mengembangkan produk dan layanan

baru, serta proses yang baru; Wirausahawan yang memiliki *innovativeness* akan selalu terjun langsung dalam kegiatan usaha di perusahaannya demi terciptanya sesuatu hal yang baru guna mengembangkan perusahaannya.

3. *Proactiveness*: Memiliki karakteristik berpikiran maju dari seorang pimpinan perusahaan yang memiliki pandangan kedepan terhadap peluang dalam mengatasi permintaan dimasa mendatang; Wirausahawan akan memiliki inisiatif dalam mengatasi hal-hal yang diprediksikan membawa usahanya menjadi sukses dan mampu memperjuangkan peluang yang ada agar dapat bersaing.
4. *Risk taking*: Membuat keputusan dan mengambil keputusan tanpa berpikir panjang tentang hasil, beberapa usaha yang mungkin juga terlibat dalam komitmen untuk proses menjelajah kedepan; Kesiapan wirausahawan dalam mengambil segala resiko yang berhubungan dengan usahanya dimasa depan.
5. *Competitive aggressiveness*: upaya intens untuk mengungguli pesaing industri, ini ditandai dengan pergerakan yang agresif atau respon agresif yang ditujukan untuk meningkatkan posisi atau mengatasi ancaman di pasar yang kompetitif; Wirausahawan yang memiliki *competitive aggressiveness* cenderung untuk memimpin perusahaannya selalu bersaing dalam persaingan pada pasar industri.

Elaborasi

Kewirausahaan memang sudah ada pada diri mereka, sikap dan perilaku kewirausahaan yang dimiliki oleh wirausahawan, baik dalam menghadapi tekanan hidup, hubungan sosial, termasuk dalam usaha atau bisnis. Sebagai seseorang yang memiliki jiwa wirausaha, tentunya wirausahawan mampu mengeluarkan emosinya secara optimal. Farid (2017) menyebutkan bahwa wirausahawan yang pribadinya mempunyai kecerdasan emosi lebih mampu mengubah situasi sulit, mengasah kepekaan seseorang, baik terhadap bahaya maupun peluang, meningkatkan pula kesanggupan dalam menghadapi berbagai konflik. Hal ini selaras dengan pendapat Lumpkin dan Dess (1996) yang menyatakan bahwa kecenderungan individu untuk mengambil tindakan secara mandiri untuk berinovasi, mengambil resiko, dan bertindak secara proaktif dalam bisnis.

Farid (2017) mengemukakan seorang wirausahawan yang emosinya cerdas lebih memiliki potensial meraih sukses dibandingkan dengan pribadi cerdas intelektual, tapi kurang cerdas emosionalnya. Wirausahawan harus jeli dalam memanfaatkan emosi. Tidak jarang sejumlah orang yang cerdas intelektual justru bukanlah wirausahawanyang

berhasil dalam bisnis dan kehidupan pribadinya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Saleh (2016) menyebutkan bahwa keberhasilan hidup seseorang sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam mengelola kecerdasan emosional dalam hubungannya dengan pengelolaan diri maupun dengan orang lain bahkan menurut kemampuan ada kecerdasan emosional ini memberikan kontribusi 80% pada keberhasilan hidup. Keyakinan ini mematahkan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang menyakinkan bahwa kecerdasan intelektual lah yang menentukan keberhasilan hidup seseorang.

Dalam berwirausaha seorang wirausaha harus memiliki rasa harga diri guna terciptanya keputusan yang independent dalam memunculkan ide baru atau visi yang akan membawanya pada persaingan bisnis. Hal ini selaras dengan Soegoto (2017) yang mengemukakan tentang harga diri, rasa harga diri yang tinggi adalah faktor penting dalam membuat suatu keputusan. Pikiran yang jernih kemudian membuka ruang kreatifitas dalam suatu keputusan. Seorang wirausahawan yang memiliki rasa harga diri (*Self Esteem*) dapat mendorong jiwa kewirausahaannya untuk mengambil keputusan serta berpikir kreatif sehingga dapat mendorong kinerja perusahaannya.

Disisi lain seorang wirausaha diminta untuk berani. Berani dalam mengambil dan membuat keputusan dengan resiko yang ada. Hal ini sejalan dengan Anwar (2014) yang menyatakan wirausahawan adalah individu yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka suatu usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya memiliki mental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi yang tidak pasti.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini dilakukan guna melihat pengaruh antara kecerdasan emosional dengan orientasi kewirausahaan yang terfokuskan kepada wirausahawan UKM di Bogor. Dikarenakan pentingnya kecerdasan emosional ini dimiliki bagi wirausahawan yang berorientasi kewirausahaan agar berguna untuk mengembangkan ekonomi di kota Bogor menjadi lebih besar dari sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini juga biasa disebut sebagai metode ilmiah karena memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah wirausahawan atau pemilik UKM. Sementara sampel pada penelitian ini adalah wirausahawan atau pemilik UKM yang berada di Bogor. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara mendatangi tempat-tempat usaha yang berpenghasilan 1 juta per hari guna memenuhi syarat kategori UKM, karena syarat menjadi UKM harus berpenghasilan sebagai berikut untuk usaha kecil 300 juta – 500 juta pertahun dan menengah 500 juta – 2,5 miliar pertahun, maka dengan demikian setelah dikalkusi UKM yang memenuhi syarat yaitu yang berpenghasilan 1 juta perhari.

Penentuan sampel yang demikian termasuk teknik pengambilan sampel yang *Nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dalam mendapatkan subyek atau responden yang akan dimintai untuk mengisi kuesioner penelitian maka peneliti mendatangi pemilik UKM dan menanyakan pendapatan perhari serata kesediaan mereka menjadi responden. Bila pendapatan perhari sesuai dengan kriteria dan mereka menyatakan bersedia maka mereka diminta untuk mengisi kuesioner penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala TEIQUÉ-SF atau Trait Emotional Intelligence Questionnaire-Short (Petrides dkk, 2001, 2003, 2009) Yang di terjemahkan kedalam bahasa Indonesia oleh (Tresnawaty, 2014) dan EO P R atau Entrepreneurship Orientation Performance Relationship (Lumpkin dan Dess, 1996) Yang diadaptasi oleh Lim dan Lee (2008) Dengan model skala likert.

Adapun nilai reliabilitas skala kecerdasan emosional dengan 29 item adalah sebesar 0,828 dan EO P R dengan 14 item adalah sebesar 0,759. Teknik analisa data yang digunakan adalah *regression*. Data penelitian diolah dengan metode kuantitatif, menggunakan aplikasi pengolahan statistik *SPSS Version 22 (Statistical Package for Social Science)* dan dengan menggunakan teknik perhitungan menganalisis data yaitu uji regresi. Pada metode perhitungan regresi linier ini, dapat disajikan gambaran pengaruh linier atau satu garis lurus antara variabel terikat dengan variable bebas.

Tujuan analisis data pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kecerdasan emosional terhadap orientasi kewirausahaan yang dialami oleh pemilik UKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Demografis Partisipan

Tabel 1. Responden Jenis Kelamin

Usia	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	36 Orang	32 %
Perempuan	78	62 %
Total	114	100%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebihh banyak dari pada responden berjenis kelamin laki-laki, responden perempuan memiliki jumlah responden sebanyak 78 orang dengan presentase sebesar 68%, sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 36 orang dengan presentase sebesar 32%. Total responden yang didapat adalah 114 orang dengan total presentase 100 %.

Tabel 2. Responden Wilayah Kota Bogor

Wilayah di kota Bogor	Frekuensi	Presentase
Bogor Utara	19 Orang	16,7%
Bogor Timur	19 Orang	16,7%
Bogor Tengah	19 Orang	16,7%
Bogor Selatan	19 Orang	16,7%
Bogor Barat	19 Orang	16,7%
Tanah Sareal	19 Orang	16,7%
Total	114 Orang	100%

Jumlah responden yang berasal dari wilayah Bogor masing-masing mendapatkan 19 orang yang dijadikan responden dengan presentase 16,7%.

Tabel 3. Responden Jenis Usaha

Jenis Usaha	Frekuensi	Presentase
Cafe	22	19%
Restoran	22	19%
Matrial	19	17%
Toko Sembako	17	15%
Toko oleh-oleh	16	14%
Bengkel	12	11%
Lainnya	6	5%
Total	114 Jenis Usaha	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden terbanyak berasal dari usaha Cafe dan Restoran yang berjumlah 22 unit usaha dengan presentase sebesar 22% dan responden terkecil berasal dari usaha lainya yang berjumlah 6 unit usaha dengan presentase sebesar 5%.

Uji Pengaruh

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Sig	Model
1	.373a	.139	0,000	1
a.	Predictors: (Constant), Kecerdasan emosional			a.
b.	Dependent Variable: Orientasi Kewirausahaan			b.

Berdasarkan tabel diatas, Dalam penelitian ini didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.373 dan koefisien R square sebesar 0.139 yang menunjukkan bahwa kontribusi kecerdasan emosional terhadap munculnya orientasi kewirausahaan sebesar 13,8%. Adapun sebesar 86,2% berasal dari variable lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

Tabel 5. Anova

F	Sig.
18.079	0,000

Berdasarkan tabel diatas, data Anova didapatkan nilai koefisien F sebesar 18.079 dengan *probobality value* sebesar 0.000. Hal ini dinyatakan signifikan dikarenakan memenuhi syarat $P < 0.05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kecerdasan emosional terhadap orientasi kewirausahaan.

Tabel 6. Hasil Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients			
	B	Std. Error	Sig.	
1	(Constant)	38.747	3.659	.000

Berdasarkan tabel diatas, nilai β unstandardized *coefficients* pada variable kecerdasan emosional sebesar 0,114 dengan *probability value* sebesar 0.000 yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan antara kecerdasan emosional terhadap orientasi kewirausahaan.

Tabel 7. Uji Analisa Tambahan Dimensi Kecerdasan Emosional terhadap Orientasi Kewirausahaan

No.	Dimensi Kecerdasan Emosional	Orientasi Kewirausahaan	
		R Square	Sig.
1	<i>Well-Being</i>	,121	,198
2	<i>Self Control</i>	,271	,004
3	<i>Emotionality</i>	,250	,007
4	<i>Sociability</i>	,731	,013
5	<i>Adaptability</i>	,258	,006
6	<i>Self Motivation</i>	,434	,000

Berdasarkan tabel diatas, Dari uji analisa diketahui satu dimensi dinyatakan tidak signifikan yaitu dimensi *Well-Being* dan lima dimensi lainnya dinyatakan signifikan karena nilai $p < 0,05$. Serta terdapat signifikan tertinggi dengan nilai 0,000 pada dimensi *Self Motivation*. Hal ini menyatakan bahwa dimensi *Self Motivation* merupakan dimensi yang paling mempengaruhi orientasi kewirausahaan pada wirausahawan.

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan dipenelitian ini, terdapat pengaruh yang signifikan antara kecerdasan emosional dengan orientasi kewirausahaan dengan hasil R square sebesar 0,139 dan nilai *probability value* 0,000 ($P < 0,5$). Hal ini menunjukkan bahwa kecerdasan emosional terhadap orientasi kewirausahaan sebanyak 13,8% dan sisanya sebesar 86,2% berasal dari variable lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini. Hal ini berarti bahwa kondisi kecerdasan emosional wirausahawan akan meningkatkan orientasi kewirausahaan, sehingga dapat memberikan dampak pada usahanya.

Orientasi kewirausahaan akan terbentuk melalui kecerdasan emosional yang baik. Orientasi kewirausahaan tersebut akan muncul ketika wirausahawan menilai bahwa UKM mempunyai kesanggupan untuk bersaing dan bertahan dalam pasar, terlebih jika

wirausahawan memiliki persepsi bahwa dirinya memiliki peran didalam UKM secara efektif.

Farid (2017) menyebutkan bahwa wirausahawan yang pribadi mempunyai kecerdasan emosional lebih mampu mentransformasikan situasi sulit, mengasah kepekaan seseorang, baik terhadap ancaman maupun peluang, dengan begitu dapat meningkat pula kesanggupan untuk menghadapi konflik. Bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang signifikan dengan orientasi kewirausahaan wirausaha UKM.

Pada penelitian ini, peneliti juga menganalisa dimensi kecerdasan emosional yang berpengaruh tinggi dengan orientasi kewirausahaan. Pada dimensi kecerdasan emosional yang paling berpengaruh adalah *Self Motivation* dengan nilai *probability value* 0,000 dan R square sebesar 0,434 yang artinya berpengaruh sebesar 43,3% terhadap orientasi kewirausahaan. Menunjukkan bahwa pada dimensi ini wirausaha berupaya mendorong diri untuk tidak menyerah dalam menghadapi tantangan dan kesulitan yang dihadapi.

Wirausahawan yang memiliki motivasi akan mampu membawa dirinya untuk menunjukkan potensi pada dirinya. Hal ini sejalan dengan pendapat Anggiani (2018) wirausahawan harus memiliki motivasi, motivasi adalah kunci yang akan memunculkan potensi individu. Tanpa memiliki motivasi, potensi yang dimiliki didalam diri tidak akan mampu untuk mengubah menjadi suatu kemampuan yang luar biasa. Motivasi merupakan salahsatu pendorong tumbuh kembangnya jiwa kewirausahaan seseorang. Wirausahawan dengan kecerdasan emosional akan dapat memunculkan potensi diri dengan adanya dimensi *self motivation*. Dengan disertai sikap tidak menyerah untuk menghadapi tantangan dan kesulitan dalam memimpin perusahaan, wirausahawan memiliki keputusan sendiri terhadap dirinya maupun tim guna memunculkan suatu ide, maka dari wirausahawan memiliki motivasi diri yang akan membantunya dalam berwirausaha.

Dimensi selanjutnya yang berpengaruh dengan orientasi kewirausahaan adalah *Self Control* dengan nilai *probability value* 0,004 dan R square sebesar 0,271 yang artinya berpengaruh sebesar 27,1% terhadap orientasi kewirausahaan. Menunjukkan bahwa pada dimensi ini wirausahawan berupaya mengontrol diri perasaan dan kondisi emosinya dalam kegiatannya serta menangani tekanan dengan efektif dalam mengatur tingkat stress dan berpikir sebelum membuat keputusan.

Seorang wirausaha yang memiliki *Self Control* atau pengendalian diri akan mampu membawa dirinya untuk memunculkan keuntungan, jika tidak mereka akan melakukan tindakan yang curang dalam berwirausaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Wulandari (2011) keuntungan adalah hal yang dicari dalam wirausaha, semua wirausahawan harus mampu mengendalikan diri untuk tidak memperoleh keuntungan dari hal yang sebenarnya bukan miliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *self control* sangat penting dimiliki oleh setiap individu yang memiliki orientasi kewirausahaan demi menciptakan lingkungan usaha yang sehat dan bebas dari saling menjatuhkan pesaing.

Dimensi ketiga yang berpengaruh dengan orientasi kewirausahaan adalah *Adaptability* dengan nilai *probability value* 0,006 dan R square sebesar 0,258 yang artinya berpengaruh sebesar 25,8% terhadap orientasi kewirausahaan. Menunjukkan bahwa pada dimensi ini wirausahawan memiliki fleksibilitas pada pekerjaan dan hidup, mereka mampu beradaptasi dengan lingkungan dan kondisi yang baru.

Seorang wirausaha yang memiliki *Adaptability* akan mampu membawa dirinya untuk menjadi fleksibel dalam kegiatan berwirausaha mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Anggiani (2018) kemampuan beradaptasi menggambarkan sejauh mana pola pikir wirausahawan untuk bersikap dinamis, fleksibel, mengatur diri, dan terlibat dalam mendapatkan kerangka kerja untuk mengambil beragam keputusan yang memfokuskan pada kemampuan merasakan serta proses perubahan dalam lingkungan mereka dalam bertindak terhadap perubahan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *adaptability* berperan penting terhadap orientasi kewirausahaan wirausaha agar mereka dapat melihat segala hal dan tidak stagnan pada satu hal demi mendapatkan perubahan dalam lingkungannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai signifikan antara kecerdasan emosional dengan orientasi kewirausahaan sebesar 0.000 ($P > 0.05$) yang berarti bahwa hipotesa alternatif (H_a) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan pada kecerdasan emosional dengan orientasi kewirausahaan.

SARAN

Untuk saran teoritis, Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat dikaitkan dengan variable lain yang kemungkinannya lebih memberikan pengaruh yang lebih baik

serta memperluas teori yang ada seperti kinerja karyawan, kesuksesan berwirausaha dan sebagainya.

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbanyak peninjauan dari berbagai karakteristik, seperti, usia, lama usaha dan jumlah karyawan.

Saran praktis, Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan atau menjadi bahan referensi bagi suatu usaha sehingga dapat membantu meningkatkan produktivitas dan performa dalam tujuan berwirausaha.

Diharapkan penelitian ini menjadi pertimbangan para wirausahawan untuk lebih meningkatkan kecerdasan emosional yang dimiliki sehingga perilakudan hubungannya terhadap bawahan maupun lingkungannya

DAFTAR PUSTAKA

- Anggiani, S. (2018). *Kewirausahaan: Pola pikir, Pengetahuan dan Keterampilan*. Jakarta: Pranadamedia Group 27.
- Anwar, M. (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: KENCANA 16.
- Arsana, I. P. J. (2018). *Etika Profesi Insinyur*. Yogyakarta: Deeppublish CV Budi Utama 15-16.
- Asteria, P. V. (2014). *Mengembangkan Kecerdasan Spiritual Anak melalui Pembelajaran Sastra*. Malang: UB Press 15.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Sandingan Data UMKM 2012-2017*, (online), ([http://www.depkop.go.id/uploads/tx_rtgfiles/SANDINGAN DATA UMKM 2012-2017 .pdf](http://www.depkop.go.id/uploads/tx_rtgfiles/SANDINGAN_DATA_UMKM_2012-2017_.pdf)) diakses 24 Oktober 2019
- Dewi, SKS. (2017). *Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Deeppublish CV Budi Utama 39.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 147-156. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/AME.2005.15841975>
- Dharmawati, M., & Hajjah, D. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dinas Kota Bogor. (2018). *Data UMKM: Rekapitulasi UMKM*, (online), (<http://kumkm.kotabogor.go.id/new/umkmpkl/>) diakses pada 25 Oktober 2019
- Djafri, N. (2017). *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah (Pengetahuan Manajemen, Efektivitas, Kemandirian Keunggulan Bersaing dan Kecerdasan Emosi)*. Yogyakarta: Deebpublis CV Budi Utama
- Farid. (2017). *Kewirausahaan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group 122-123.
- Goleman, D. (1999). *Working with Emotional Intelligence* (terjemahan). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 513-514.

- Hamdani., & Rizal, S. (2019). *Kewirausahaan*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia 9-10.
- Hidayatullah, S, dkk. (2019). *Entrepreneurial Marketing*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia 43-44.
- Kasali, R. (2011). *Wirausaha Muda Mandiri 2*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 88
- Kementrian Keuangan Indonesia. (2012). *laporan tim kajian kebijakan antisipasi krisis tahun 2012 melalui kur.* (13), (online), (http://kemenkeu.go.id/sites/default/files/Laporan_Tim_Kajian_Kebijakan_Antisipasi_Krisis_Tahun_2012_Melalui_KUR.pdf) diakses 7 Oktober 2019
- Khatimah, H. (2019). *UKM Pengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Kota Bogor*. (online), (<http://perizinan.kotabogor.go.id/dpmptsp/ukm-pengaruhi-pertumbuhan-ekonomi-kota-bogor>) diakses pada 20 Oktober 2019
- Lee, S. M., & Lim, S. (2009). Entrepreneurial orientation and the performance of service business. *Service business*, 3(1), 1. Doi:10.1007/s11628-008-0051-5
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, Vol 21 No.1 135-172. <https://instruct.uwo.ca/business/bus020-mwf/PHD-4.pdf>
- Meylisa, C, R, A. (2015). *Lahan Tidur di Bogor*. (online), (<https://www.kompasiana.com/clarob/5554656a7397733714905556/lahan-tidur-di-bogor>) diakses 24 November 2019.
- Muliono, W. A. (2019). *Filsafat Ilmu, Cara mudah memahami filsafat ilmu*. Jakarta: KENCANA 176.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2014). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 23-37. <http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/771>
- Petrides, K. V. (2001). *TEIQue interpretations*, (online), (<http://www.psychometriclab.com/adminsdata/files/TEIQue%20psychometric%20properties%20chapter.PDF>) diakses 22 September 2019
- Petrides, K. V., & Furnham, A. (2006). *The Trait Emotional Intelligence Questionnaire (TEIQue)*, (online), (<http://www.eiconsortium.org/measures/teique.html>) diakses 5 Oktober 2019
- Petrides, K. V., (2001). *TEIQue interpretations*, (online), (<http://psychometriclab.com>) diakses 5 Oktober 2019
- Petrides, K. V. (2011). *Ability and Trait Emotional Intelligence*, (online), (<http://www.psychometriclab.com/adminsdata/files/Trait%20EI%20-%20HID.pdf>) diakses 13 Oktober 2019
- Shalahuddin, I., dkk. (2018). *Prinsip-Prinsip Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama 85.
- Saleh, M. (2016). *Komunikasi dalam Kepemimpinan Organisasi*. Malang: UBPress.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Malang: UB Press 32.
- Soegoto, ES. (2017). *Tren Kepemimpinan Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Andi Offset 76-77.
- Suci, R. P. (2009). Peningkatan kinerja melalui orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 46-58. <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/17745>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta 2, 8, 39, 80, 81, 93, 142.
- Sukmadi. (2016). *Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan)*. Bandung: Humaniora Utama Press (13).
- Suryanita, A. (2006). *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empirik Pada Industri Pakaian Jadi Di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Temaluru, Y., & Unaradjan, DD. (2019). *Pengembangan Kemampuan Personal*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya 103.
- Wiguna, A. (2018). *Kontribusi UKM Pengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Bogor*. (online), (https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/11020/kontribusi-ukm-pengaruhi-pertumbuhan-ekonomi-di-kota-bogor) diakses pada 20 Oktober 2019.
- Wiguna, A. (2015). *BPPTPM Kota Bogor Menjamin Kepuasan Masyarakat*. (online), (https://www.kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/947/bpptpm-kota-bogor-menjamin-kepuasan-masyarakat) diakses 24 November 2019.
- Witjaksono, H. P. (2014). *Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Internal Perusahaan terhadap Kinerja melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara)*. 23(1): 82-110. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/download/14373/10967>
- Wulandari, A. (2011). *Kenali Kegagalan*. Jakarta: PT. Balai Pustaka (Persero) 81-82.
- Yulianto, E., & Maryono, H. (2016). *Wirausaha Pengusik Kemapanan*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing 15-16.