

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DALAM
KEBERHASILAN USAHA KECIL MIKRO (UKM): STUDI PADA UKM DONBY SEPATU
CIBADUYUT DI KOTA BANDUNG**

***FACTOR ANALYSIS CHARACTERISTIC OF ENTREPRENEURS IN THE SUCCESS OF
DONBY BUSINESS IN BANDUNG***

¹⁾Tasya Windu Audila, ²⁾Ida Nurnida

^{1,2)}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾tasyawa4@gmail.com , ²⁾nurnida@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Di saat maraknya persaingan antar UKM di Kota Bandung, Donby yang merupakan salah satu UKM asli Cibaduyut, adalah contoh UKM yang berhasil. Maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor karakteristik kewirausahaan dalam keberhasilan usaha UKM Donby di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Nonprobability sampling* dengan jumlah responden 20 orang. Teknik analisis faktor digunakan untuk menganalisis setiap faktor-faktor karakteristik kewirausahaan dalam keberhasilan usaha UKM Donby sepatu Cibaduyut di Kota Bandung.

Berdasarkan teknik analisis faktor dengan menggunakan 14 faktor, maka hasil penelitian ini adalah terbentuknya dua faktor baru, yaitu keberhasilan diri (*Self efficacy*) sebesar 349%, pengendalian diri sebesar 176%, Integritas sebesar 119%, motivasi sebesar 94,5%. Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan yaitu faktor keberhasilan diri (*Self efficacy*) yang terdiri dari variabel kepercayaan diri, bersungguh-sungguh dalam melakukan kegiatan bisnis, serta bertanggung jawab atau tidak menyalahkan orang lain apabila mendapatkan risiko saat bekerja hal tersebut merupakan faktor karakteristik kewirausahaan yang menciptakan UKM Donby berhasil. Kata Kunci: Analisis Faktor, UKM, Karakteristik Kewirausahaan.

Abstract

In the midst of the proliferation of competitors in Bandung, Donby which is one of the SME that originated from Cibaduyut, is the perfect example among the SMEs that is successful. So, the purpose of this study was to find out the characteristics of entrepreneurial spirit in the success of Donby in Bandung.

This study uses a quantitative method with descriptive research types. Sampling is done by Non-probability sampling with the number of 20 respondents. Technique of factor analysis is use to analyze each of the factors characteristic of entrepreneurial in the success of Donby business in Bandung.

Based on factor analysis techniques with 14 factors, the results of this study produced four new factors, that is Self Efficacy of 349%, Self Control of 176%, Integrity of 119%, motivation of 94,5%. From the results of the analysis, it can be concluded that the most dominant factor is Self Efficacy factor which consists of variable self-confidence, serious in doing business, and responsibility.

Keywords: Factor Analysis, SME (Small-Medium Enterprise), Characteristic Entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

Jumlah pelaku UMKM di Indonesia dilaporkan mencapai 49 juta dan diprediksi menyerap lebih dari 107 juta tenaga kerja. Kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi UMKM di Indonesia mencapai 61,41%, dengan jumlah UMKM hampir mencapai 60 juta Unit pada tahun 2018 . Sektor UMKM juga menjadikan salah satu dari beberapa industri yang dapat memerangi pengangguran dan kemiskinan.

Di Jawa Barat berdasarkan data dari dinas Koperasi dan UMKM Jawa Barat hingga 2017 tercatat 129.191 wirausaha baru. Yang artinya sektor UMKM ini memang berhasil meningkatkan perekonomian. UMKM adalah tulang punggung bagi ekonomi Indonesia. Terbukti pada krisis ekonomi pada tahun 2008 lalu, UMKM tetap bisa bertahan dan menjadi penentu stabilnya ekonomi nasional saat itu.

Bandung ibukota Jawa Barat ini adalah salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki daya tarik sendiri karena dikenal dengan peran dan fungsinya sebagai Pusat Pemerintahan, Kota Pelayanan Jasa dan Perdagangan, Kota Tujuan Wisata, Kota Industri Kreatif, dan sektor fashionnya yang terkenal. UMKM yang cukup terkenal di Bandung yaitu UMKM sentra kawasan sepatu Cibaduyut. Produk sepatu lokal ini tidak kalah saing dengan produk sepatu luar negeri, pasalnya banyak penggemar sepatu lokal ini dari segmen anak muda hingga orang tua.

Di dalam penelitian ini peneliti akan melakukan analisis di salah satu pemilik unit usaha yaitu UKM Donby. UKM Donby adalah salah satu pengrajin sepatu yang telah didirikan sejak tahun 1991, yang merupakan salah satu pengrajin yang masih menggunakan cara tradisional yaitu handmade atau dibuat dengan tangan, hal tersebut pada organisasi usaha yang masih dalam skala kecil, manajemen sumber daya manusia seringkali dipergang sendiri oleh pimpinan perusahaan (Nitisusastro, 2010: 174). UKM Donby tergolong usaha mikro karena memiliki aset <Rp 50.000.000 dan memiliki omzet <Rp 300.000.000. Adapun ciri dari UKM itu sendiri tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi, sangat banyak pemilik usaha kecil, di mana semua aktivitas mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dikerjakan dengan bertumpu kepada kemampuan sendiri (Suparyanto, 2013: 55). Pada UKM Donby pun menurut pemilik tidak jarang pemilik UKM Donby ikut serta dalam pengerjaan produksi barang sama dengan hal nya karyawan tidak jarang mengambil keputusan dalam pemilihan bahan baku yang akan diproduksi. Karyawan yang dimiliki oleh UKM Donby 20 orang, hal tersebut menurut hasil wawancara dengan pemilik usaha. Berdasarkan wawancara tersebut tidak ada karyawan tetap karena sering terjadi masuk dan keluar tanpa ada kejelasan. Walaupun kondisi karyawan tidak tetap, pemilik harus berusaha mencari cara agar produksinya terus berjalan tanpa hambatan. Pada UKM Donby modal usaha tidak menjadi masalah karena tercukupi dari modal pribadi, sampai dengan keberhasilan saat ini. keberhasilan UKM Donby ini menjadi motivasi bagi peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui lebih jauh faktor-faktor jiwa kewirausahaan apa saja yang dimiliki oleh pemilik UKM Donby sepatu Cibaduyut di Kota Bandung dengan judul penelitian "Analisis Faktor-Faktor Karakteristik Kewirausahaan Dalam Keberhasilan Usaha Kecil Mikro (UKM): Studi Pada UKM "DONBY" Sepatu Cibaduyut di Kota Bandung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori

2.1 Kewirausahaan

Kewirausahaan yaitu kegiatan yang meliputi pemanfaatan peluang sumber daya dan mampu berinovasi dengan peluang tersebut. Adapun menurut para ahli, menurut Tando (2013: 2) Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbedanilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul risiko finansial, psikologi, dan sosial yang menyertainya, serta menerima jasa moneter dan kepuasan pribadi.

2.2 Wirausahawan

Seseorang yang memiliki semangat kewirausahaan disebut wirausahawan, menurut Purwana & Wibowo (2017: 26) Wirausahawan adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan usaha miliknya, sendiri sekaligus bisa menciptakan lapangan kerja bagi orang lain. Wirausahawan akan muncul dan berkembang bila ada peluang dan tantangan dalam bidang ekonomi.

2.3 Karakteristik Jiwa Kewirausahaan

Menurut Purwana & Wibowo (2017: 32) terdapat beberapa karakteristik utama kewirausahaan di antaranya:

- a. Berani bertanggung jawab
- b. Lebih menyukai risiko yang diperhitungkan
- c. Yakin atas kemampuannya untuk meraih sukses
- d. Keinginan untuk selalu memperbaiki diri
- e. Memiliki energi yang tinggi
- f. Berorientasi ke masa depan
- g. Terampil berorganisasi
- h. Selalu menilai prestasi lebih tinggi dari pada uang
- i. Suka bekerja keras, rajin, disiplin dan jujur.

2.4 Faktor Wirausahawan Sukses

Faktor wirausahawan sukses menurut Purwana & Wibowo (2017: 36) faktor wirausahawan sukses diantaranya sebagai berikut:

- Selalu ramah terhadap semua pihak
- Berpenampilan menyenangkan
- Dapat memuji pihak lain
- Berkomunikasi dengan baik dengan semua pihak
- Mempunyai kemampuan dalam kepemimpinan (internal dan eksternal)
- Menjalankan fungsi-fungsi manajemen
- Berjiwa besar dan berjiwa wirausaha

2.5 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menurut Daryanto & Cahyono (2013: 7) keberhasilan suatu usaha memiliki sifat:

- Jujur dan kerja keras serta ulet,
- Disiplin dan berani menganggung risiko,
- Mampu melaksanakan manajemen dengan baik.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan studi analisis faktor. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan UKM Donby sepatu Cibaduyut Bandung yang berjumlah 20 orang. Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik Nonprobability Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014: 154). Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah seluruh jumlah populasi yang ada di UKM Donby yang berjumlah 20 orang.

3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Analisis faktor merupakan salah satu jenis teknik analisis dari analisis multivariate yang digunakan untuk mereduksi data yang bertujuan membentuk suatu kombinasi linier dari variabel awal dengan memperhitungkan sebanyak mungkin variasi variabel yang mungkin digunakan menurut Amirullah (2013: 168).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Faktor

4.2 KMO dan Barlett's Test

TABEL 4.1
KMO DAN BARLETT TEST

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.703
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	91.882
	df	55
	Sig.	.001

Sumber: Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa hasil KMO dan Barlett Test adalah 0,703 dengan signifikansi 0,001. Angka tersebut menunjukkan bahwa nilai KMO dan Barlett Test lebih dari 0,5 yaitu 0,703 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,001. Maka, variabel dan sampel dalam penelitian ini dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan teknik analisis faktor.

4.2 Anti Image Matrices

Anti Image Matrices digunakan untuk melihat korelasi faktor-faktor secara parsial dengan cara melihat nilai Measure of Sampling Eduquacy (MSA).

Adapun hasil olahan data dengan Anti Image Matrices pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

TABEL 4.3
ANTI IMAGE MATRICE

No.	Faktor-Faktor	MSA
1	Tidak melakukan kebohongan	0.617
2	Tepat waktu	0.816
3	Memiliki kepercayaan diri yang kuat	0.822
4	Bersungguh-sungguh	0.776
5	Berjuang untuk target yang ingin di capai	0.685
6	Berani mengambil risiko	0.753
7	Tidak menyalahkan orang lain	0.698
8	Mementingkan pekerjaan dari pada uang	0.534
9	Mampu beradaptasi	0.505
10	Berkeinginan menjadi lebih baik	0.749
11	Terikat terhadap pekerjaan	0.682

Sumber: Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa MSA disetiap faktor dari 11 faktor tersebut berada pada angka $>0,5$ yang artinya bahwa setiap faktor yang ada dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.

4.3 Communalities

Communalities digunakan untuk melihat hubungan antara variabel asal dengan variabel yang sudah terbentuk. Dalam uji Communalities, terdapat nilai extraction yang menunjukkan kontribusi masing-masing item pada komponen baru yang terbentuk dan initial yang bernilai 1.000 yang menunjukkan tolak ukur dari nilai yang dihasilkan pada proses communalities sebuah variabel, maka semakin erat hubungannya dengan komponen baru yang terbentuk. Uji communalities dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

TABEL 4.4
COMMUNALITIES

No.	Faktor-Faktor	Initial	Extraction
1	Tidak melakukan kebohongan	1.000	0.833
2	Tepat waktu	1.000	0.786
3	Memiliki kepercayaan diri yang kuat	1.000	0.735
4	Bersungguh-sungguh	1.000	0.817
5	Berjuang untuk target yang ingin di capai	1.000	0.834
6	Berani mengambil risiko	1.000	0.832
7	Tidak menyalahkan orang lain	1.000	0.866
8	Mementingkan pekerjaan dari pada uang	1.000	0.716
9	Mampu beradaptasi	1.000	0.878
10	Berkeinginan menjadi lebih baik	1.000	0.538
11	Terikat terhadap pekerjaan	1.000	0.797

Sumber: Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.4 diatas diketahui bahwa faktor tepat waktu memiliki nilai paling besar yaitu 0,878 yang berarti sebesar 87,8% varian variabel mampu beradaptasi dapat dijelaskan oleh komponen baru yang terbentuk. Faktor memiliki kemauan yang keras sebesar 0,866 yang berarti sebesar 77,9% varian variabel tidak menyalahkan orang lain dapat dijelaskan oleh komponen baru yang terbentuk. Demikian seterusnya untuk faktor-faktor lainnya dengan ketentuan bahwa semakin besar communalities sebuah variabel, maka semakin erat hubungannya dengan komponen yang baru terbentuk.

4.4 Proses Factoring

Proses factoring dalam penelitian ini menggunakan Principal Component Analysis (PCA) dengan melihat nilai eigenvalue. Komponen yang memiliki eigenvalue > 1 maka dapat dipertahankan dalam analisis faktor, akan tetapi jika nilai eigenvalue < 1 maka komponen tersebut tidak dapat dipertahankan dan tidak diikutsertakan dalam model baru. Berikut hasil factoring dalam penelitian ini:

TABEL 4.5
TOTAL VARIANCE EXPLAINED

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.335	39.413	39.413	4.335	39.413	39.413	2.546	23.148	23.148
2	1.946	17.69	57.103	1.946	17.69	57.103	2.373	21.576	44.723
3	1.309	11.901	69.004	1.309	11.901	69.004	2.006	18.235	62.958
4	1.040	9.459	78.463	1.04	9.459	78.463	1.706	15.505	78.463
5	0.812	7.381	85.844						
6	0.38	3.451	89.295						
7	0.342	3.107	92.402						
8	0.309	2.806	95.208						
9	0.236	2.15	97.358						
10	0.178	1.62	98.978						
11	0.112	1.022	100						

Sumber: Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 24

Pada tabel 4.5 dapat terlihat bahwa terdapat 11 faktor yang dimasukkan dalam analisis faktor, yaitu menyatakan sesuatu dengan benar dan tepat waktu. Dalam tabel tersebut terdapat eigenvalues dari setiap komponen, maka untuk dapat menentukan jumlah faktor yang terbentuk dapat dilihat pada eigenvalues yang dimilikinya. Dari data tabel diatas terdapat dua component atau yang memiliki eigenvalues >1, sehingga proses factoring berhenti pada komponen dua saja. Faktor ke tiga sampai faktor ke tujuh tidak digunakan sebagai pembentuk komponen baru karena memiliki eigenvalen <1.

Berdasarkan tabel 4.5 terdapat dua faktor yang dilakukan analisis faktor, dengan masing-masing faktor memiliki varian 1, dengan total varian $7 \times 1 = 7$. Jika 11 faktor diringkas kedalam faktor terbentuk maka perhitungannya sebagai berikut ini:

Component 1 : $4.335/11 \times 100\% = 39,4\%$

Component 2 : $1.946/11 \times 100\% = 17,6\%$

Component 3 : $1.309/11 \times 100\% = 11,9\%$

Component 4 : $1.040/11 \times 100\% = 9,45\%$

Dari perhitungan tersebut total di dua faktor terbentuk akan dapat menjelaskan 78,5% dari keseluruhan faktor.

4.5 Pengelompokan Faktor

Setelah proses factoring dilakukan, langkah selanjutnya adalah melakukan pengelompokan faktor. Pengelompokan faktor dilakukan untuk dapat menentukan masing-masing faktor awal masuk ke dalam faktor baru yang mana. Pengelompokan faktor berpedoman pada nilai component matrix. Component matrix bertujuan menunjukkan distribusi faktor yang menjadi kriteria dalam component terbentuk berdasarkan pada loading factor yang memiliki nilai korelasi > 0,5. Semakin besar loading factor maka semakin membuktikan bahwa faktor tersebut layak untuk dimasukkan ke dalam faktor yang baru. Berikut pengelompokan faktor pada penelitian ini:

TABEL 4.6
ROTATED COMPONENT MATRIX

	Component			
	1	2	3	4
Tidak melakukan kebohongan	0.108	0.075	0.874	0.228
Tepat waktu	0.326	0.818	0.081	0.062
Memiliki kepercayaan diri yang kuat	0.718	0.293	0.101	0.350
Bersungguh-sungguh	0.881	0.123	0.130	0.094
Berjuang untuk target yang ingin di capai	0.526	0.153	-0.209	0.700
Berani mengambil risiko	0.378	0.797	-0.097	0.211
Tidak menyalahkan orang lain	0.758	0.534	0.068	-0.047
Mementingkan pekerjaan dari pada uang	0.186	-0.086	0.280	0.772
Mampu beradaptasi	0.059	0.142	0.924	0.033
Berkeinginan menjadi lebih baik	0.057	0.635	0.359	-0.051
Terikat terhadap pekerjaan	-0.319	0.472	0.300	0.618

Sumber: Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 24

Setelah dilakukan rotasi faktor, pada tabel 4.6 dapat terlihat bahwa faktor-faktor telah tersebar secara sempurna ke dalam faktor-faktor baru 1 dan 2. selanjutnya, komponen atau faktor 1 dan 2 akan dikelompokkan ke dalam tabel dibawah ini, antara lain:

TABEL 4.7
COMPONENT FAKTOR I

No	Faktor	Loading Factor
1	Memiliki kepercayaan diri yang kuat	0.718
2	Bersungguh-sungguh	0.881
3	Tidak menyalahkan orang lain	0.758

Sumber: Data Olahan Peneliti

Ketiga faktor yang terdapat pada component faktor I, hal ini dikarenakan keempat faktor tersebut memiliki korelasi yang kuat pada component faktor I. Component faktor I memiliki nilai variance yaitu sebesar 394% sehingga faktor ini yang paling dominan pada karakteristik kewirausahaan dalam keberhasilan usaha UKM Donby sepatu Cibaduyut di Kota Bandung. Dengan demikian karakteristik kewirausahaan pada component faktor I yang menjadikan UKM Donby berhasil adalah memiliki kepercayaan diri, bersungguh-sungguh dalam melakukan kegiatan bisnis, bertanggungjawab atau tidak menyalahkan orang lain apabila mendapatkan risiko saat bekerja hal tersebut merupakan faktor karakteristik kewirausahaan yang menciptakan UKM Donby berhasil.

TABEL 4.8
COMPONENT FAKTOR II

No	Faktor	Loading Factor
1	Tepat waktu	0.818
2	Berani mengambil risiko	0.797
3	Berkeinginan menjadi lebih baik	0.635

Sumber: Data Olahan Peneliti

Ketiga faktor pada tabel 4.9 terdapat tiga faktor yang masuk kedalam component faktor II. Hal ini dikarenakan ketiga variabel tersebut memiliki korelasi yang kuat terhadap component faktor II. Component faktor II memiliki nilai variance sebesar 176% dimana merupakan faktor kedua yang

paling dominan pada karakteristik kewirausahaan dalam keberhasilan usaha UKM Donby sepatu Cibaduyut di Kota Bandung. Faktor yang mendominasi pada komponen ini adalah tepat waktu, berani mengambil risiko dan berkeinginan menjadi lebih baik dalam pekerjaan ketiga faktor tersebut merupakan faktor-faktor karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh UKM Donby.

TABEL 4.10
COMPONENT FACTOR III

No	Faktor	Loading Factor
1	Tidak melakukan kebohongan	0.874
2	Mampu beradaptasi	0.924

Sumber: Data Olahan Peneliti

Ketiga faktor pada tabel 4.10 terdapat dua faktor yang masuk kedalam component faktor III. Hal ini dikarenakan ketiga variabel tersebut memiliki korelasi yang kuat terhadap component faktor III. Component faktor III memiliki nilai variance sebesar 119%. Maka, dalam Component Factor III menjadi faktor dominan ketiga karakteristik kewirausahaan dalam keberhasilan usaha UKM Donby. Hal ini dikarenakan anggota UKM Donby mengedepankan kejujuran dan fleksibilitas dalam bekerja sehingga menciptakan UKM Donby yang berhasil.

TABEL 4.11
COMPONENT FACTOR IV

No	Faktor	Loading Factor
1	Berjuang untuk target yang ingin di capai	0.700
2	Mementingkan pekerjaan dari pada uang	0.772
3	Terikat terhadap pekerjaan	0.618

Sumber: Data Olahan Peneliti

Ketiga faktor pada tabel 4.11 terdapat tiga faktor yang masuk kedalam component faktor IV. Hal ini dikarenakan ketiga variabel tersebut memiliki korelasi yang kuat terhadap component faktor IV. Adapun nilai variance dari Component faktor IV sebesar 94,5% sehingga faktor ini menjadi faktor dominan keempat dalam penelitian ini. Hal ini karena anggota UKM Donby memiliki keinginan untuk mencapai target yang dicapai maka anggota UKM Donby mementingkan pekerjaannya sehingga terciptanya loyalitas terhadap pekerjaan yang dijalankan.

4.6 Penamaan Faktor (Labelling)

Dari 11 variabel yang dimasukkan ke dalam analisis faktor, pada akhirnya terbentuk 4 faktor. Kemudian faktor-faktor tersebut didefinisikan menurut nilai loading faktor yang tertinggi dari setiap faktor tersebut. Berikut dua faktor yang diurutkan dari nilai faktor tertinggi:

TABEL 4.12
PENANAMAN FAKTOR (LABELLING)

No	Nama Faktor	Kontribusi
1	Keberhasilan Diri (<i>Self-efficacy</i>)	394%
2	Pengendalian Diri	176%
3	Integritas	119%
4	Motivasi	94,5%

Sumber: Data Olahan Peneliti

Dalam memberikan nama pada faktor yang telah terbentuk, peneliti menggunakan 4 penamaan faktor yang mewakili pernyataan-pernyataan atau indikator yang terbentuk. Adapun isi percentage of variance pada tabel 4.12 menggambarkan kontribusi masing-masing faktor.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis faktor karakteristik kewirausahaan dalam keberhasilan usaha UKM Donby sepatu Cibaduyut di Kota Bandung, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat empat faktor yang menjadi atribut dalam keberhasilan usaha UKM Donby, yaitu faktor keberhasilan diri (*self-efficacy*), pengendalian diri, integritas, motivasi. Faktor dominan

karakteristik kewirausahaan dalam keberhasilan usaha yang dimiliki oleh UKM Donby sepatu Cibaduyut di Kota Bandung sebagai berikut:

- a. Faktor Keberhasilan Diri (Self-efficacy) karena variabel-variabel yang mewakili faktor ini kepercayaan diri, bersungguh-sungguh dalam melakukan kegiatan bisnis, serta bertanggung jawab atau tidak menyalahkan orang lain apabila mendapatkan risiko saat bekerja hal tersebut merupakan faktor karakteristik kewirausahaan yang menciptakan UKM Donby berhasil.
- b. Faktor pengendalian diri memiliki variabel-variabel tepat waktu, berani mengambil risiko karena pada UKM Donby seringkali dihadapkan pada pilihan-pilihan yang memiliki risiko cukup tinggi, berkeinginan menjadi lebih baik dalam melakukan kegiatan bisnis maupun secara pribadi agar kinerja yang dihasilkan baik sehingga menjadikan UKM Donby menjadi UKM yang berhasil.
- c. Faktor integritas terdapat variabel-variabel yang dimana berkaitan dengan nilai dan prinsip karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh anggota UKM Donby yaitu jujur atau tidak melakukan kebohongan dan juga mampu beradaptasi juga merupakan faktor karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh UKM Donby karena seringkali dihadapkan pada situasi yang baru seperti partner kerja yang masuk dan keluar.
- d. Faktor ini menunjukkan variabel karakteristik kewirausahaan yaitu motivasi berjuang untuk target yang ingin dicapai atau kerja keras, selain itu anggota UKM Donby memiliki loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan seperti melakukan pekerjaan karea ikut serta dalam keberhasilan usaha UKM Donby.

5.2 Saran

5.2.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran dan masukan yang mudah-mudahan menjadi manfaat bagi pihak yang bersangkutan:

5.2.1 Saran Bagi UKM Donby

Seiring dengan meningkatnya UKM baru khususnya di industri sepatu, maka UKM Donby harus dapat bersaing di ruang lingkup tersebut dengan cara terus mengembangkan jiwa kewirausahaan yang telah dimiliki menjadi lebih baik, sehingga UKM Donby dapat terus bertahan dalam persaingan UKM yang semakin ketat.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini, saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya mampu menganalisis UKM lain yang sejenis agar dapat membantu dan mengembangkan UKM yang ada di Indonesia.
2. Diharapkan mengeksplorasi variabel-variabel yang lebih baik agar dapat ditemukan faktor-faktor lain yang dapat memotivasi UKM untuk mengembangkan usahanya.

5.2.3 Saran Untuk Pemerintah

UKM memiliki peranan dalam membangun sektor perekonomian, melalui peranan ini diharapkan adanya dorongan pemerintah untuk mendukung usaha kecil mikro pada industri fashion agar dapat meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia.
- Tando, Naomy M (2013). *Kewirausahaan*. Jakarta: In Media
- Daryanto & Cahyono. (2013). *Kewirausahaan: Penanaman Jiwa Kewirausahaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Cetakan ke-2. Bandung: Alfabeta.