

MENINGKATKAN KINERJA BISNIS MELALUI KOMPETENSI SOSIAL DAN RELASIONAL JEJARING ENTREPRENEUR

Ahmad Sidiq¹⁾, Handayani Tri Wijayanti²⁾

¹Program Studi Manajemen, STIE Atma Bhakti, Surakarta

²Program Studi Akuntansi, STIE Atma Bhakti, Surakarta

email: candipram@yahoo.com

Abstract

The behavior of entrepreneurs in doing business and interacting with stakeholders leads to the inherent social competence in them. Social competence becomes the foundation of the relational formation of SME business networks that will help SMEs in interacting with external parties. Relational networking entrepreneurs will open business opportunities for SMEs so that the impact on business development, survival, and growth of the firm. This study contributes to entrepreneurship theory by examining the influence of social competence and relational network of entrepreneurs on the performance of SMEs. Convenience sampling method is used to collect primary data. A sample of 103 SMEs in Surakarta was used for multiple regression analysis in hypothesis testing in this study. The research findings were successful in verifying the influence of social competence and relational of entrepreneur network on business performance. Relational networks of entrepreneurs become the central point that would mediate the relationship between social competence which is owned by an entrepreneur in improving business performance. Social competence makes entrepreneurs active in conducting business interactions and extending network relational with various parties so that specific information will be collected to assist companies in achieving the goal of superior business performance.

Keywords : *Social Competence, Network Relational, Business Performance*

1. PENDAHULUAN

UKM akan tetap eksis apabila memiliki kemampuan yang handal dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian. UKM penting bagi pengembangan perekonomian suatu negara karena berbagai hal positif yang melekat dalam UKM antara lain kemampuannya menyerap tenaga kerja dan peningkatan PDB yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Oleh karena berbagai upaya untuk dapat meningkatkan kinerja UKM dilakukan. Upaya meningkatkan kinerja UKM tergantung dari kapabilitas yang dimiliki entrepreneur sebagai motor UKM karena entrepreneur akan menjalankan bisnis dengan cara menggabungkan sumber daya, karyawan-karyawan dan asset-asset lainnya sehingga dapat menciptakan sesuatu yang memiliki nilai lebih dari sebelumnya **Error! Reference source not found.**

Kesuksesan entrepreneur diukur dari kehandalannya menggabungkan atau bahkan mengkombinasikan elemen-elemen sumber daya yang dimilikinya sehingga mampu mendobrak semua hambatan yang dihadapi UKM yaitu keterbatasan akses pasar dan akses modal, sumber daya manusia yang rendah, minimnya modal kerja maupun rendahnya kemampuan untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada. Kemampuan entrepreneur dalam berinteraksi juga berperan menentukan keberhasilan kinerja UKM. Perilaku

entrepreneur dalam menjalankan bisnisnya dengan berinteraksi dengan *stakeholder* mengarah pada relasional jejaring dan kompetensi sosial yang harus dimiliki oleh seorang entrepreneur. Jejaring entrepreneur dibutuhkan untuk mengembangkan hubungan UKM dengan organisasi eksternal yang memiliki potensi lebih sehingga mampu untuk membantu pengembangan bisnis, kelangsungan hidup, dan pertumbuhan. Fokus pada hubungan eksternal UKM akan melihat betapa pentingnya sumber daya eksternal untuk membantu UKM bergerak sehingga meningkatkan keberhasilan dan profitabilitas **Error! Reference source not found.**

Teori *resourced based value* oleh **Error! Reference source not found.** menjelaskan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan merupakan pondasi perusahaan dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu entrepreneur harus dapat mengelola sumber daya yang dimiliki baik berwujud maupun tidak berwujud sehingga memiliki nilai, langka, tidak dapat dibandingkan dan tidak dapat digantikan. Sumber daya tidak berwujud menurut **Error! Reference source not found.** merupakan aset strategis yang berperan dalam mengembangkan keunggulan kompetitif. Kompetensi sosial dan relasional jejaring merupakan bagian dari sumber daya tidak berwujud. Kompetensi sosial merupakan kemampuan individu untuk membangun hubungan sosial dan keterkaitan sosial individu lain.

Penelitian **Error! Reference source not found.** maupun **Error! Reference source not found.** menyatakan bahwa kompetensi sosial yang melekat dalam diri seseorang akan memudahkan orang tersebut meningkatkan produktivitasnya sehingga pada akhirnya akan berdampak pada kinerja organisasi dimana orang tersebut berada. Kompetensi sosial melalui relasional jejaring membantu perusahaan untuk mendapatkan akses yang penting dalam mencapai kesuksesan oleh sebab itu kompetensi sosial yang dimiliki oleh seseorang akan membantu dalam menciptakan hubungan jejaring entrepreneur yang baik **Error! Reference source not found.** Menurut Weaver et al., 1998 dalam **Error! Reference source not found.**, relasional jejaring dapat dipahami sebagai sebuah pengaturan sukarela dari dua atau lebih perusahaan yang melibatkan pertukaran, sharing produk dan teknologi baru. Relasional jejaring yang dimiliki entrepreneur membawa pengaruh positif bagi kinerja perusahaan karena akan menghasilkan hubungan yang selaras dengan para penyedia sumber daya maupun pihak yang akan memanfaatkan output perusahaan.

Melihat pentingnya jejaring entrepreneur bagi kesuksesan bisnis UKM maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai adanya faktor kompetensi sosial yang sekiranya bersifat antededen bagi relasional jejaring entrepreneur dan dampaknya pada kinerja UKM. Untuk itu maka dilakukan penelitian yang akan menguji pengaruh (1) kompetensi sosial terhadap kinerja bisnis, (2) kompetensi sosial terhadap relasional jejaring entrepreneur dan (3) relasional jejaring entrepreneur terhadap kinerja bisnis.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Kompetensi Sosial terhadap Kinerja Bisnis

Kompetensi sosial merupakan kemampuan entrepreneur untuk melakukan hubungan atau interaksi dengan stakeholdersnya berdasarkan pada ketrampilan sosial yang dimiliki **Error! Reference source not found.** Kompetensi sosial akan dapat berdampak pada kinerja organisasi karena kemampuan entrepreneur ini akan memudahkan entrepreneur beradaptasi dengan individu lain maupun membentuk kesan yang baik pada stakeholder organisasi **Error! Reference source not found.** **Error! Reference source not found.** berpendapat bahwa perusahaan yang dapat menciptakan kesan positif akan memberi sinyal yang baik bagi investor sehingga akan meningkatkan peluang bisnis dan akan membawa pengaruh positif bagi kinerja perusahaan. Berdasarkan kajian tersebut di atas maka dikembangkan hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_1 : Kompetensi sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

2.2. Kompetensi Sosial terhadap Relasional Jejaring Entrepreneur

Kompetensi sosial dapat dimaknai sebagai kemampuan entrepreneur dalam mengekspresikan diri untuk membangun hubungan sosial melalui pengembangan kompetensi relasional dan interaksi sosial berdasarkan semangat keluarga, sehingga kompetensi sosial dapat membangun jaringan bisnis di lingkungan bisnis **Error! Reference source not found.** Kompetensi sosial dibutuhkan dalam perusahaan dan memungkinkan individu dalam perusahaan mencapai kinerja yang lebih baik. Hal ini dapat dipahami karena sebagai makhluk sosial individu dalam menjalankan pekerjaan tidak dapat mencapai tujuannya tanpa kerja sama dengan individu lain. Kolektif kinerja individu dalam perusahaan akan membawa dampak pada kinerja perusahaan pada akhirnya. Selain itu, kompetensi sosial merupakan driver untuk membangun jejaring kekerabatan dan dukungan sosial yang berperan dalam menggapai keberhasilan individu **Error! Reference source not found.** Berdasarkan kajian tersebut di atas maka dikembangkan hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

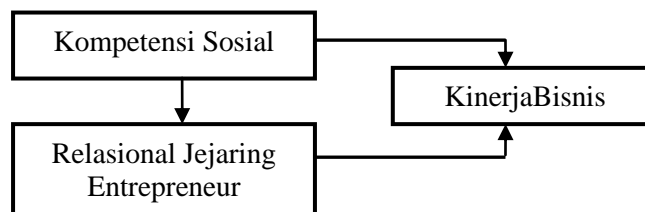
H₂ : Kompetensi sosial berpengaruh signifikan terhadap relasional jejaring entrepreneur.

2.3 Relasional Jejaring Entrepreneur Terhadap Kinerja Bisnis

Jejaring dapat didefinisikan sebagai interaksi atau hubungan yang memiliki pola antara pelaku-pelaku yang bertindak sebagai individu, kelompok maupun organisasi. Jejaring memiliki beberapa bentuk antara lain aliansi, joint venture, subkontrak maupun kemitraan. Relasional jejaring entrepreneur yang dimiliki entrepreneur akan berdampak pada perusahaan dalam menghasilkan hubungan dengan banyak pihak baik para penyedia sumber daya maupun pihak yang akan memanfaatkan output perusahaan. Relasional jejaring entrepreneur yang baik akan membantu perusahaan untuk tetap eksis dalam bisnisnya karena pasokan sumber daya akan tercukupi dan produk yang dihasilkan akan dapat diserap lebih baik dan cepat oleh pelanggan. Hal tersebut tentu pada akhirnya akan membawa dampak positif bagi kinerja perusahaan **Error! Reference source not found.** Berdasarkan kajian tersebut di atas maka dikembangkan hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₃ : Relasional jejaring entrepreneur berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Adapun piktografis dari kerangka pikir penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

3. METODOLOGI PENELITIAN

Obyek penelitian pada penelitian ini adalah UKM sektor garmen maupun sektor makanan dan minuman di Kota Surakarta. Dipilihnya UKM sektor garment maupun sektor makanan dan minuman karena kedua sektor tersebut memiliki jumlah terbanyak diantara sektor UKM yang ada di Kota Surakarta sehingga diharapkan dapat mewakili seluruh UKM yang ada di Surakarta. Adapun populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa dan menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian **Error! Reference source not found.** Minimum sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 30 namun setelah dilakukan penyebaran kuesioner ternyata sebanyak 103 UKM di Surakarta bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability*

sampling dengan metode *convenience sampling* yaitu teknik pengambilan sample dimana subyek dipilih karena adanya kemudahan akses pada subyek tersebut atau karena kedekatan subyek dengan peneliti. **Error! Reference source not found.** Analisis data dilakukan dengan menggunakan data primer dari jawaban kuesioner responden. Item pertanyaan dalam kuesioner diukur dengan 5 skor dalam skala likert.

Teknik analisis data dilakukan dengan teknik regresi berganda. Sebelum dilakukan analisis regresi untuk pengujian hipotesis maka dilakukan pengujian kualitas data dan pengujian asumsi klasik yang menjadi syarat dalam teknik analisis regresi. Uji kualitas data dilakukan dengan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Uji validitas untuk melihat sejauh mana item pertanyaan dalam kuesioner baik untuk mengukur variabel dalam penelitian. **Error! Reference source not found.** Pengujian dilakukan dengan uji validitas *Product Momen Pearson Correlation* yaitu membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} maka dapat dikatakan item-item kuesioner tersebut valid atau shahih. Adapun pengujian reliabilitas adalah konsistensi hasil dari pengukuran instrument yang digunakan dalam penelitian. **Error! Reference source not found.** Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* yang disyaratkan adalah 0.60 untuk bisa dikatakan pengukuran variabel tersebut reliable sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh kompetensi sosial, relasional jejaring terhadap kinerja bisnis. Adapun model persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Model I : } RJ = \beta_0 + \beta_1KS + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Model II : } KB = \beta_0 + \beta_1KS + \beta_2RJ + \varepsilon \dots\dots\dots(2)$$

Ket: KS = Kompetensi Sosial, RJ=Relasional Jejaring, KB = Kinerja Bisnis, β = Koefisien regresi, ε = error

4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1.Deskripsi Responden

Deskripsi responden meliputi jenis kelamin, jenis usaha dan umur usaha. Analisis jenis kelamin pada penelitian ini perlu dilakukan karena laki-laki dan wanita memiliki karakteristik perilaku yang berbeda sehingga akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Perbedaan tersebut berkaitan dengan kemampuan memecahkan masalah, keterampilan analisis, motivasi, sosiabilitas, dan kemampuan kognitif dan afektif. Analisis terhadap data usia usaha perlu dilakukan karena adanya hubungan antara usia perusahaan dengan kinerja perusahaan yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan setiap masalah yang dihadapinya.

Adapun tabel I akan menunjukkan frekuensi dan persentase dari deskripsi responden dalam penelitian. Kesimpulan yang dapat tarik dari table tersebut adalah bahwa pemilik UKM sektor garmen maupun sektor makanan dan minuman di kota Surakarta didominasi oleh wanita (62%). Kondisi ini disebabkan karena usaha UKM dengan segala keterbatasannya membutuhkan ketelatenan tertentu sehingga pada umumnya kemampuan ini lebih banyak melekat dalam dir iseorang wanita. Sedangkan bidang usaha dalam penelitian ini didominasi oleh usaha makanan dan minuman (55%). Usaha bidang makanan dan minuman mendominasi pada UKM di Surakarta karena memang Kota Surakarta merupakan salah satu destinasi pariwisata di Jawa Tengah sehingga usaha kuliner merupakan usaha yang sangat erat kaitannya dalam dunia pariwisata. Pada tabel 1 juga menunjukkan sebagian besar UKM telah menjalankan usahanya selama 6 – 10 tahun (41%).

Tabel 1 : Deskripsi Responden

Deskripsi Responden	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin :		
Laki-Laki	39	38
Wanita	64	62
Jenis Usaha :		
Garment	46	45

Makanan dan Minuman	57	55
Umur Usaha :		
≤ 5 tahun	16	15.5
6 – 10 tahun	42	41
11 – 15 tahun	28	27
16 – 20 tahun	14	13
> 20 tahun	3	3

Sumber : Data primer diolah, 2017

4.2. Pengujian Kualitas Data

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji kualitas data yang akan digunakan. Pengujian validitas digunakan untuk melihat apakah item-item kuesioner memiliki kemampuan untuk mengukur variabel yang diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan instrumen *korelasi pearson* dengan tingkat signifikansi sebesar 5 % (Ghozali, 2011). Hasil analisis validitas dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2: Hasil Uji Validitas

Item	Kompetensi Sosial		Relasional Jejaring Entrepreneur		Kinerja Bisnis	
	R hitung	Hasil	R hitung	Hasil	R hitung	Hasil
1	0.703	Valid	0.658	Valid	0.704	Valid
2	0.768	Valid	0.506	Valid	0.774	Valid
3	0.707	Valid	0.799	Valid	0.707	Valid
4	0.724	Valid	0.778	Valid	0.722	Valid
5	0.567	Valid	0.655	Valid	0.628	Valid
6	0.549	Valid	-		-	

Catatan : r table pada level signifikan 5% adalah sebesar 0.195

Sumber : Data primer diolah, 2017

Hasil analisis validitas ke tiga variabel menunjukkan bahwa seluruh item memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0.195) sehingga seluruh item pernyataan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Sedangkan pengujian reliabilitas merupakan alat untuk mengukur apakah jawaban suatu item kuesioner dari responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Pengukurannya dilakukan dengan melihat nilai standar minimal *cronbach Alpha* sebesar 0.60. Hasil analisis reliabilitas seperti pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3 : Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
1.	Kompetensi Sosial	0.759
2.	Relasional Jejaring Entrepreneur	0.714
3.	Kinerja Bisnis	0.751

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 3 maka dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* dari ketiga variabel lebih besar dari 0.60 sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut reliabel digunakan dalam penelitian.

4.3. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik meliputi pengujian multikolonieritas, heterokedastisitas dan normalitas. Hasil uji pengujian multikolonieritas menunjukkan nilai tolerance lebih dari 0.1 dan nilai VIF dibawah 10. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (tabel 4). Grafik histogram memiliki pola distribusi normal dan grafik normal plot juga menunjukkan data yang menyebar disekitar garis diagonal sehingga model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4 : Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Regresi I		Regresi II	
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
Kompetensi Sosial	0.998	1.000	0.654	1.530
Relasional Jejaring	-	-	0.654	1.530
Entrepreneur				

Sumber : data primer diolah, 2017

Adapun pengujian heterokedastisitas menunjukkan bahwa model regresi I dan II memiliki titik-titik dalam *scatterplots* menyebar secara acak dan tersebar diatas maupun di bawah angka 0. Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi sosial, relasional jejaring entrepreneur dan kinerja bisnis tidak saling berkorelasi satu sama lain pada masing-masing model regresi penelitian.

4.4. Hasil Pengujian Hipotesis

Pengambilan keputusan akan hipotesis didasarkan pada hasil analisis regresi berganda. Adapun hasil analisis regresi berganda tersebut ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 5 : Hasil Pengujian Regresi

Keterangan	Regresi I	Regresi II
Konstanta	8.729	6.195
Kompetensi Sosial	0.457	0.288
	(7.313)*	(4.675)*
Relasional Jejaring Entrepreneur	-	0.429
		(5.393)*
Standar Error	1.553	1.421
F Value	0.000	0.000
R²	0.346	0.552
Adjusted R²	0.340	0.543

Ket : t-statistik pada angka dalam kurung dengan level signifikansi 5% (*)

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5 akan dituliskan persamaan regresi dalam masing-masing model penelitian sebagai berikut :

$$Y_1 = 8.729 + 0.457 KS + e \dots\dots\dots(1)$$

$$Y_2 = 6.195 + 0.288 KS + 0.429 RJE + e \dots\dots\dots(2)$$

Hasil analisis dengan nilai *adjusted R²* model I sebesar 0.340 yang artinya bahwa 34% relasional jejaring entrepreneur dapat dijelaskan oleh kompetensi sosial sedangkan sisanya 64% dijelaskan faktor lain diluar model. Demikian juga dengan model II dimana 54,4% kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh kompetensi sosial dan relasional jejaring entrepreneur dan terdapat 45.6% faktor lain yang dapat menjelaskan kinerja

bisnis selain kompetensi sosial dan relasional jejaring entrepreneur. Adapun pengujian ANOVA menunjukkan nilai F pada model I dan II memiliki nilai masing-masing sebesar 0.000 yang berarti bahwa kedua model tersebut cukup baik untuk digunakan dalam pengambilan keputusan hipotesis dalam penelitian ini.

Pengujian t statistik untuk menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan kompetensi sosial terhadap relasional jejaring entrepreneur dan kinerja bisnis maupun pengaruh positif signifikan relasional jejaring entrepreneur terhadap kinerja bisnis. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5 dimana nilai t hitung kompetensi sosial pada model I sebesar 7.313 dan model II sebesar 4.675 lebih besar dari 1,96 (t tabel) pada tingkat signifikasinya 5% artinya bahwa semakin baik kompetensi sosial yang dimiliki seorang entrepreneur maka akan semakin baik pula relasional jejaring yang dimiliki entrepreneur tersebut dan semakin baik pula kinerja bisnis UKM yang dimiliki. Demikian pula pada model II, nilai t hitung relasional jejaring entrepreneur sebesar 5.393 lebih besar dari t tabel (1.96) sehingga mengandung arti bahwa semakin baik relasional jejaring entrepreneur akan berdampak pada kinerja bisnis UKM yang akan mengalami peningkatan.

5. SIMPULAN

Hasil analisis regresi yang dilakukan memberikan kesimpulan bahwa ketiga hipotesis yang diajukan diterima. Hal ini mengandung arti bahwa kompetensi sosial memiliki pengaruh signifikan pada relasional jejaring entrepreneur dan kinerja bisnis sedangkan relasional jejaring entrepreneur secara langsung juga mempengaruhi kinerja bisnis UKM di Surakarta. Dalam hal ini, relasional jejaring entrepreneur menjadi titik sentral yang akan menjembatani hubungan antara kompetensi sosial yang dimiliki oleh seorang entrepreneur dalam meningkatkan kinerja bisnisnya. Kompetensi sosial menjadikan entrepreneur aktif dalam melakukan interaksi bisnis dan akan memperluas relasional jejaring dengan berbagai pihak sehingga informasi-informasi spesifik akan terkumpul untuk membantu perusahaan dalam mencapai target atau tujuannya. Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi pada teori *resources based view* dimana asset tak berwujud akan memberi dampak positif bagi keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis UKM.

6. REFERENSI

Error! Reference source not found.