

MEMBANGUN KINERJA USAHA MELALUI FAKTOR PEMBENTUK KAPABILITAS PELAKU KEWIRAUSAHAAN INDUSTRI KREATIF NASIONAL

Iwan Hermawan

Departemen Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Semarang
iwanpolines@gmail.com

VS Tripriyo PS

Program Doktor Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro
vs_tripriyo_ps@yahoo.com

ABSTRACT

One of national creative industry roadmap key aspect is the character capability of businessmen. This research aims to empirically define the factors forming the entrepreneurial capabilities of creative industries and its impact on business performance. Art and creative technology industries in three cities in Indonesia, including Denpasar, Jogjakarta and Surakarta are used as samples. The factor analysis is employed to define the presence of three factors-which forming capabilities of national entrepreneurial creative industries, including: (1) internal management-risk management, (2) independence and anti-plagiarism design, and (3) the unique design and renewable idea. The statistic test finds the significant influence of entrepreneurial capabilities of creative industries on business performance. While internal management-risk management is the dominant factor contributing the business performance. Some other findings are national entrepreneurs have understood that the concept, idea, and knowledge were the main capital to accelerate the national creative economy. The entrepreneurs also understand the importance of self-reliance and anti-plagiarism design. But on the other hand, the majority of them have dominant of the external locus of control.

Keywords: *entrepreneurship capabilities, creative industries, business performance, factor analysis*

PENDAHULUAN

Kemunculan zaman ekonomi kreatif sebelumnya telah diramalkan Alvin Toffler dalam *Future Shock* (1970) yang menyatakan bahwa gelombang peradaban manusia itu dibagi tiga gelombang, meliputi fase abad pertanian, gelombang kedua abad industri dan gelombang ketiga abad informasi. Sementara pandangan Toffler berhenti disini, teori-teori terus berkembang dimana peradaban dengan kompetisi

global yang ketat, pada akhirnya mendorong munculnya era peradaban baru gelombang keempat. Era baru peradaban ekonomi ini disebut *knowledge-based economy* (ekonomi berorientasi pada kreativitas).

Lahirnya *knowledge-based economy* (ekonomi kreatif) yang bermula dari paradigma industri kreatif muncul ke permukaan diawali dari pesatnya perkembangan Internet, ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga hal ini mendorong berubahnya dinamika pemetaan arah industri secara global membentuk ekonomi kreatif. Konsep ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dengan *input* dan *output* berupa adalah gagasan, yang mana peran pembentuk ekonomi kreatif dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual (paten, hak cipta, merek, royalti dan desain). Ekonomi kreatif terdiri dari kelompok profesional. Mereka yang berada di dalam industri kreatif memberikan kontribusi terhadap garis depan inovasi, sehingga ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi dari industri kreatif. Industri kreatif berfokus terhadap penciptaan nilai melalui daya kreativitas. Gagasan dan ide merupakan kunci utama dalam industri kreatif, sehingga gagasan ini menjadi aset kunci. Industri kreatif adalah industri yang merujuk pada berbagai aktivitas ekonomi yang melakukan eksploitasi pada aspek pengetahuan dan informasi. Dalam beberapa variasi definisi, industri kreatif juga dianggap sebagai industri budaya (Hesmondhalgh 2002). Eksistensi industri kreatif menjadi semakin penting untuk membentuk kesejahteraan ekonomi, dimana kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama (Florida 2002). Industri juga akan semakin bergantung pada pengetahuan melalui munculnya kreativitas dan inovasi (Landry dan Bianchini 1995). Pada sisi lain, nilai keekonomian dari suatu produk atau jasa di era ekonomi kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi pada pemanfaatan kreativitas dan inovasi.

Industri kreatif nasional sebagai pembentuk iklim ekonomi kreatif menunjukkan perkembangan kontribusi PDB yang cukup signifikan (4,75 persen) dengan serapan tenaga kerja sebesar 3.702.447 orang pada kurun 2002-2006. Kendatipun pada krisis ekonomi global 2009 industri kreatif Indonesia tetap tumbuh 1,5 persen. Nilai ekspor industri kreatif dalam kurun waktu tersebut mencapai Rp81,4 Triliun (9,13 persen) dari total ekspor nasional. Pertumbuhan ekspor terbesar dari industri *fashion* dan kerajinan, dengan kontribusi *net trade* 2002-2010 mencapai 65,26 persen. Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia tahun 2013 adalah sebesar 9.109.129,4 Miliar Rupiah, yang meningkat dari tahun sebelumnya 2012 sebesar 8.241.864,3 Miliar Rupiah. Kedua PDB tersebut mengindikasikan pertumbuhan sebesar 10,52 persen. Sementara ini, sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 641.815,4 Miliar Rupiah atau 7,04 persen dari total PDB. Kontribusi ini menempatkan sektor ekonomi kreatif di peringkat ketujuh dari sepuluh sektor ekonomi. Sektor ekonomi kreatif sendiri mengalami peningkatan pertumbuhan 10,9 persen (Indonesia kreatif 2013). Industri kreatif di Indonesia sudah direspon

pemerintah dengan membentuk peta jalan industri kreatif nasional, namun relatif tertinggal apabila dibandingkan dengan negara-negara maju di Asia, Amerika dan Eropa yang telah mengeksport produk kreatif mereka dibidang perfilman, musik, *game*, seni maupun inovasi teknologi. Dari fakta dan deskripsi data tersebut di atas, hal yang bersifat esensial dalam model pengembangan peta jalan industri kreatif Indonesia adalah terciptanya akselerasi yang mendorong laju pertumbuhan industri yang berdaya saing. Hal ini menjadi penting dalam rangka mengejar ketertinggalan Indonesia terhadap eksistensi produk-produk industri kreatif yang berasal dari negara-negara lain.

Dalam sudut pandang industri kreatif, saat ini industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau mutu produk saja, tetapi bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi (Simatupang 2008). Demikian pula pada lingkup mikro kewirausahaan yang merupakan unit pembentuk industri. Konsep kreatif dan bisnis kewirausahaan akan memberikan *domain* prioritas yang harus didefinisikan dalam perencanaan bisnis, dimana dalam kewirausahaan, seringkali memunculkan polemik tarik-menarik kepentingan atas produk, antara pelaku wirausaha dengan pekerja yang menciptakan produk seni. Pekerja seni mendesain langsung produk mereka dengan cita rasa dan imajinasi seni mereka. Ide kreatif yang tertuang didominasi atas nilai seni produk yang bersifat tidak terikat dan bebas dalam ekspresinya, lebih dominan daripada nilai ekonomi berupa uang. Namun dari sudut pandang manajemen wirausaha, aspek komersial produk lebih dikedepankan daripada hanya sekedar membuat produk seni, atau jika memungkinkan kedua nilai manfaat dari aspek seni dan komersial (HKU 2010). Sebenarnya polemik yang sering muncul dalam lingkup mikro kewirausahaan seperti ini dapat dijumpai dengan merumuskan karakter dan kapabilitas seorang wirausaha industri kreatif. Karakter dan kapabilitas tersebut menekankan pada konsep munculnya ide produk baru dan selalu terbarukan sebagai *discovery* dan inovasi produk, wirausaha yang bersikap proaktif serta wirausaha yang berani mengambil risiko dalam konteks bisnis kewirausahaan industri kreatif.

Bisnis kewirausahaan memberikan kecenderungan organisasi untuk berinovasi dengan menyesuaikan kondisi pasar yang diminati, mengambil risiko untuk mencoba produk industri kreatif yang baru, layanan yang maksimal dan memperluas pasar yang lebih proaktif dibandingkan pesaing sehingga menciptakan peluang pasar baru. Para peneliti telah sepakat bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kombinasi dari tiga dimensi yaitu: inovasi, proaktif dan berani mengambil risiko (Wiklund dan Shepherd 2005). Inovasi mencerminkan kecenderungan munculnya ide-ide baru, kebaruan proses dan produk kreatif. Proaktif mengacu pada postur melakukan antisipasi dan bekerja bagi pemenuhan kebutuhan pasar kedepan. Proaktif akan membuat wirausaha industri kreatif menggunakan pengetahuan mereka untuk melihat dan memahami kebutuhan masa depan pasar. Berani mengambil risiko dikaitkan dengan kemauan untuk melakukan pengelolaan

sejumlah besar sumber daya yang diinvestasikan pada proyek kewirausahaan dengan risiko munculnya biaya kegagalan menjadi minimal. Keberanian pengambilan risiko akan mendorong organisasi untuk bereksperimen dengan suatu pengetahuan baru (Singh dan McKeen 2006). Faktor kunci utama dalam pengembangan industri kreatif adalah membangun karakter pelaku wirausaha nasional untuk berbagi pengetahuan dan munculnya komitmen nasionalisme dengan memasukkan konten budaya yang melibatkan kearifan lokal di lingkungan sekitarnya pada atribut produk kreatif yang dibuatnya (Hermawan *et al.*, 2014).

Aspek strategis kajian penelitian ini adalah untuk mendefinisikan kondisi saat ini dari karakter pelaku wirusaha industri kreatif di Indonesia, dalam dimensi aspek pengetahuan, teknologi, pola pikir, integritas nasionalisme serta gaya hidup mereka menjadi suatu rumusan empiris. Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah memberikan bukti ilmiah mengenai kontribusi dari kapabilitas wirusaha nasional serta dampaknya pada kinerja usaha mereka. Definisi empiris ini selanjutnya dapat dijadikan dasar rujukan dan rambu-rambu pada pembuatan kerangka kerja peta jalan industri kreatif nasional.

Faktor kunci pembentuk daya saing industri kreatif nasional adalah pentingnya regulasi yang secara teknis membentuk karakter perilaku bisnis pengusaha nasional. Industri kreatif Indonesia relatif tertinggal dibandingkan dengan negara-negara maju, sehingga dalam implementasinya dibutuhkan adanya akselerasi percepatan industri kreatif nasional. Akselerasi diperoleh pada manajemen pengetahuan, berupa komitmen untuk berbagi pengetahuan. Namun pada sisi lain ternyata rendahnya kemauan dan keinginan berbagi dari pelaku industri kreatif di Indonesia, menjadi faktor penghambat akselerasi (Hermawan *et al.*, 2014). Berangkat dari fakta tersebut, selanjutnya dikembangkan tujuan penelitian berikut.

- a) Mengkaji secara empiris mengenai faktor-faktor pembentuk kapabilitas kewirausahaan dari pelaku industri kreatif pada kota-kota yang ditetapkan pemerintah sebagai kota kreatif, yaitu Denpasar, Yogyakarta dan Surakarta, dengan definisi karakter yang diturunkan kembali dari karakter inovasi, proaktif dan berani mengambil risiko (Wiklund dan Shepherd 2005), serta karakter lainnya yang digali dari penelitian sebelumnya.
- b) Merumuskan model empiris dari pengaruh faktor-faktor kapabilitas yang terbentuk terhadap kinerja usaha industri kreatif nasional.
- c) Mendeskripsikan kondisi *existing* dari gaya hidup pelaku industri kreatif, baik dalam hal komitmen mengadopsi desain bernuansa lokal, tingkat kecemasan menggunakan teknologi, karakter kebangsaan maupun konsep dari prinsip-prinsip kemandirian ide (anti-plagiasi).

Perumusan aspek empiris dalam penelitian ini akan dapat menjadi dasar empiris mengenai kontribusi dari kapabilitas wirausaha nasional serta dampaknya pada kinerja usaha mereka. Kapabilitas dan karakter wirausaha industri kreatif akan

terfaktorkan dalam dimensi aspek pengetahuan, teknologi, pola pikir, integritas nasionalisme serta gaya hidup. Definisi model empiris yang dirumuskan ini selanjutnya dapat dijadikan dasar rujukan dalam kerangka kerja peta jalan industri kreatif. Regulasi teknis yang membangun kebersamaan dan berbagi pengetahuan pada industri kreatif sebagai faktor kunci kritikal dalam menciptakan akselerasi kinerja industri kreatif nasional yang mendorong nilai-nilai integritas kebangsaan, kemandirian ide serta kepedulian pada wirausaha kreatif sejenis.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kapabilitas Kewirausahaan

Kapabilitas wirausaha yang meliputi kapabilitas individu dan keahlian sosial, mendasarkan pada pemanfaatan segenap aset sumber daya usaha dan meramunya untuk menjadi produk yang dapat ditampilkan di pasar (HKU 2010). Dalam konteks kapabilitas kewirausahaan, hal yang menjadi tantangan adalah menciptakan inovasi dari aset kreatif dan menangkap peluang pasar, dimana keterampilan ini bersifat unik tetapi menyertakan jaringan dan koneksi. Wirausahawan adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, merumuskan sumber daya yang ada untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup (Prawirokusumo 1997). Kewirausahaan muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang kreatif dan berbeda yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Drucker 1985). Jiwa dan karakteristik kewirausahaan melekat pada setiap individu yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan dan tantangan serta orang-orang yang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hidupnya. Sehingga secara epistemologis, kewirausahaan hakikatnya adalah suatu kemampuan yang tertuang dalam pola berpikir kreatif dan berperilaku inovatif dalam menghadapi tantangan hidup dengan berorientasi pada kesuksesan melalui suatu perencanaan yang matang. Intinya, seorang wirausahawan adalah orang-orang yang memiliki jiwa wirausaha dan mengaplikasikan hakekat kewirausahaan dalam hidupnya. Kewirausahaan pada industri kreatif adalah wirausaha yang selalu dituntut memiliki ide-ide kreatif dengan konsep komersial dan dengan tujuan untuk mendapatkan profit. Pada kewirausahaan industri kreatif terdapat percampuran antara sisi kewirausahaan dan sisi kreatif. Konsepsi untuk berwirausaha di bidang industri kreatif seringkali dilakukan dengan mengadopsi aspek budaya lingkungan dan bangsa yang kental melekat pada desain produknya. Beberapa penelitian sebelumnya telah membentuk model karakteristik kewirausahaan dalam rangka memberikan pemahaman sistematis wirausaha dalam lingkungan industri kreatif. Termasuk didalamnya adalah beberapa kajian kewirausahaan yang berusaha membentuk definisi umum dengan mengelaborasi aspek budaya dan kreatif. Namun

hal ini masih merupakan aspek tersulit, karena istilah “budaya” dan “kreatif” akan dibangun dengan melintasi wacana budaya–kearifan lokal dan tantangan ekonomi yang berkembang (HKU 2010).

Dalam kewirausahaan industri kreatif, munculnya profit yang signifikan adalah penting, akan tetapi bukan menjadi penggerak utama dalam organisasi kewirausahaan. Kreativitaslah yang menjadi faktor penggerak utama karena dengan munculnya kreativitas memungkinkan organisasi wirausaha untuk membangun kebaruan pada produk yang dilempar di pasar, melakukan pemenuhan diri karakter individu wirausaha atau bahkan mampu mengejar pemenuhan atribut produk yang inovatif dan kreatif. Konsep dan karakter individu terikat erat dengan *locus of control*. *Locus of control* akan mengacu pada sejauh mana individu dapat mengontrol peristiwa yang memengaruhi mereka yang bermula dikembangkan oleh Rotter (1954) dan selanjutnya menjadi aspek studi kepribadian. *Locus* seseorang dikonseptualisasikan dalam bentuk internal, artinya bahwa individu percaya mereka dapat mengontrol hidup mereka atau bentuk eksternal, artinya individu percaya keputusan dan kehidupan dikendalikan oleh faktor lingkungan yang mereka tidak bisa mereka pengaruhi, atau secara kebetulan atau nasib. Individu dengan internal *locus of control* yang kuat percaya bahwa peristiwa dalam kehidupan mereka terutama berasal dari tindakan mereka sendiri misalnya, seorang wirausaha yang menerima profit kinerja usahanya akan merasa berbanding lurus dengan jerih payah dan usaha yang dilakukan sebelumnya. Individu dengan *locus of control* internal cenderung memuji atau menyalahkan diri sendiri atas kemampuan mereka pada hasil akhir yang didapatkannya, sebaliknya individu dengan *locus of control* eksternal yang kuat cenderung memuji atau menyalahkan faktor eksternal pada individu lain, relasi maupun nasib (Carlson *et al.*, 2007). Penelitian Sofyan *et al.* (2011) menegaskan kembali pentingnya aspek *locus of control* dalam merancang program pengembangan industri kreatif.

Dinamika kewirausahaan industri kreatif dewasa ini membutuhkan berbagai dukungan *strategic*, tergantung pada sifat lingkungan dan subsektor industri dimana mereka beroperasi. Dari kajian teoretis tersebut di atas, selanjutnya aspek kewirausahaan pada industri kreatif dalam penelitian ini merumuskan 15 aspek kapabilitas karakter wirausaha, seperti berikut: a) kuatnya inovasi untuk menciptakan daya beda, b) inovasi membuat desain yang belum pernah ada, c) komitmen memenuhi akad kontrak kerja, d) komitmen pemenuhan waktu *deadline*, e) gagasan atau ide yang melimpah dan terbaru, f) kreativitas yang digali dari corak budaya lokal, g) sikap kehati-hatian dalam/memutuskan urusan bisnis, h) *locus of control* internal: usaha keras pribadi untuk berhasil; i) optimisme pada perbaikan iklim industri dan pasar sasaran, j) pro-aktif mengikuti tren desain produk yang berkembang di pasar, k) mengapresiasi keterampilan pekerja seni dengan *reward* pantas, l) proaktif menggunakan media internet dan teknologi untuk belajar, m)

komitmen mandiri pada desain dan anti plagiasi, n) manajemen tim, mitra dan rekan kerja serta o) mengelola risiko dan kegagalan.

Kinerja Usaha

Saat ini belum ada kesepakatan yang dapat diterima secara universal mengenai praktek terbaik dalam mengukur kinerja usaha, karena kinerja harus mencerminkan informasi nonkeuangan yang relevan berdasarkan faktor kunci keberhasilan bisnis masing-masing (Clarke 1995 dan Gomes *et al.* 2004). Pada sisi lain kinerja harus didasarkan pada tujuan organisasi, kekritisannya faktor sukses kebutuhan pelanggan, serta adanya monitoring terhadap aspek keuangan dan non keuangan (Manoochehri 1999). Kinerja akan dapat diukur dan berubah dengan strategi yang dinamis (Bhimani 1993). Demikian juga langkah-langkah keuangan dan nonkeuangan harus selaras dan sesuai dalam kerangka kerja strategis (Drucker 1999; McNair dan Mosconi 1987). Kinerja nonkeuangan merupakan salah satu ukuran kinerja yang banyak digunakan, disamping ukuran kinerja berdasarkan anggaran. Kinerja non keuangan dapat diukur dengan nilai kepuasan pelanggan, kualitas produk dan perputaran rekrutmen tenaga kerja. Ukuran kinerja nonkeuangan seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk atau pergantian karyawan sangat relevan dalam kasus di mana ukuran kinerja berbasis pasar tidak tersedia. Sebelum tahun 1990 umumnya kinerja manajer hanya diukur berdasarkan perspektif keuangan. Kinerja keuangan diukur berdasarkan informasi yang dihasilkan dari sistem akuntansi berjangka pendek, sehingga pengukuran kinerja yang berbasis keuangan lebih berfokus pada perwujudan jangka pendek dan mengabaikan perwujudan jangka panjang.

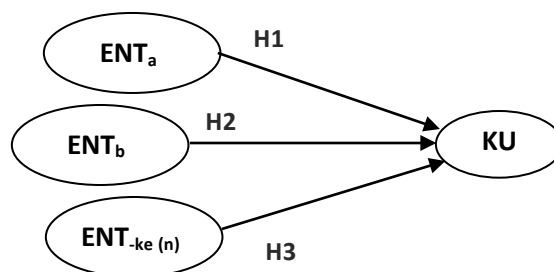
Banyak aspek yang harus dipertimbangkan untuk membentuk kerangka kajian kinerja wirausaha industri kreatif, karena *platform* organisasi yang tidak seragam, dimana faktanya banyak peneliti berfokus untuk merancang dan mengadopsi sistem pengukuran kinerja berdasarkan karakteristik organisasi secara spesifik (Beamon 1999). Analisis faktor penentu keberhasilan akan membantu untuk mengidentifikasi ukuran kinerja dan matriks (Wu 2009). Dalam penelitian ini ukuran kinerja usaha akan dikembangkan atas kinerja nonkeuangan dan kinerja finansial. Kinerja nonkeuangan seperti kepuasan pelanggan, nilai pasar, pangsa pasar dan kinerja finansial diukur dari kemampuan pelaku wirausaha industri kreatif melakukan investasi menengah dan jangka panjang.

Hipotesis

Orientasi kewirausahaan dan kompetensi pengetahuan pasar merupakan efek positif kapabilitas pemasaran dan kinerja pemasaran (Suryanita 2006), dimana kapabilitas kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas usaha. Profit margin yang lebih tinggi adalah hasil dari proses inovasi yang tepat, adanya kemampuan untuk selalu proaktif merespon perubahan pada lingkungan dan dimilikinya sikap wirausaha untuk berani mengambil risiko. Penelitian tersebut

memberikan implikasi mengenai perlunya penumbuhan kesadaran yang lebih besar mengenai pentingnya kapabilitas kewirausahaan. Pada sisi lain, kesadaran akan perlunya bisnis yang berorientasi kewirausahaan akan mendorong langkah-langkah untuk semakin memfokuskan usaha memberikan respon bagi kebutuhan pelanggan dalam meningkatkan profitabilitas (Kumalaningrum 2012), sehingga secara tidak langsung orientasi wirausaha mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja usaha yang dimediasi oleh variabel komitmen perilaku. Proses orientasi wirausaha yang dikombinasikan dengan komitmen perilaku akan menjadi sumber potensial keunggulan daya saing (Lukiastuti 2012). Jiwa kewirausahaan dan kreativitas secara bersama-sama memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keberhasilan usaha (Lestari 2013). Diantara variabel independen, kreativitas memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keberhasilan usaha pada objek penelitian dibanding dengan aspek jiwa kewirausahaan. Hasil penelitian Pangeran (2013) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kapabilitas finansial dan kapabilitas keuangan berpengaruh pada kinerja finansial. Orientasi kewirausahaan memiliki efek tidak langsung, yang dimediasi oleh kapabilitas keuangan pada kinerja keuangan (Pangeran 2013). Selanjutnya dalam penelitian ini akan ditarik hipotesis bahwa faktor-faktor pembentuk kapabilitas kewirausahaan industri kreatif memiliki pengaruh signifikan dengan kinerja usaha, ditunjukkan Gambar 2.

- H1:** Faktor-faktor pembentuk kapabilitas wirausaha industri kreatif nasional (ENT_a , ENT_b , $ENT_{-ke(n)}$) berpengaruh positif pada kinerja usaha industri kreatif nasional.



Gambar 1
Model Penelitian

METODA PENELITIAN

Sampel dan Data Penelitian

Populasi industri kreatif nasional adalah industri yang berorientasi pada penciptaan nilai kreatif. Berdasarkan data Statistik BPS pada tahun 2006 terdapat industri kreatif sebanyak 1.520.759 perusahaan dengan laju pertumbuhan pertahun 7,70 persen, sehingga tahun 2013 jumlah populasi industri kreatif nasional adalah sebesar 1.872.054 perusahaan. Sampel penelitian industri kreatif nasional diambil

dari tiga kota kreatif yang mewakili delapan dari empat belas subsektor industri kreatif di Indonesia. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi (Djarwanto 1996). Untuk memberikan hasil yang akurat, jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin (Umar 2002), dengan tingkat toleransi sebesar 10 persen. Berdasarkan rumus Slovin tersebut kelayakan sampel dalam penelitian kewirausahaan industri kreatif ini adalah 100 responden, dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive random sampling*.

Tabel 1
Pemilihan Objek Kota dan Sektor Sampel

Kota Kreatif Nasional	Sektor Industri Kreatif									Total
	Adv.	Arsitektur	Fashion	Movie dan Photo	Game	Penerbitan	Piranti Lunak	Televisi	Craft	
Surakarta	8	4	3	5	1	6	0	7	1	33 31%
Denpasar	3	4	4	6	0	7	8	1	0	45 29,2%
Yogyakarta	5	0	2	13	1	12	4	0	8	45 39,8%
Total	16	8	9	24	2	25	12	8	9	113
	14,2%	7,1%	8%	21,2%	1,8%	22,1%	10,6%	7,1%	8%	100%

Sumber: Data penelitian, 2014

Alat Analisis

Secara sederhana tujuan analisis faktor adalah untuk menentukan beberapa buah faktor (variabel) sedemikian rupa sehingga data multivariat dengan komponen yang cukup banyak dapat dijelaskan atau dipelajari dengan memakai data berdasarkan beberapa faktor (variabel) terpilih (Hair 1995).

Model analisis faktor:

$$X_{ik} = \lambda_{i1} f_{1k} + \lambda_{i2} f_{2k} + \dots + \lambda_{ip} f_{pk} + e_{ik} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- X_{ik} = nilai dari variabel kewirausahaan ke-i untuk observasi ke-k.
- f_{jk} = nilai dari faktor kewirusahaa ke-j untuk observasi ke-k (disebut juga *factor scores*).
- λ_{ij} = hubungan dari variabel ke-i dengan faktor ke-j, dimana ada m faktor dan p variabel, m<p.

Secara praktis dalam penelitian ini, analisis faktor digunakan untuk mengekstraksi sekian banyak variabel yang dikembangkan menjadi hanya beberapa variabel saja sehingga lebih mudah diamati secara lebih sederhana. Analisis faktor juga akan menghasilkan urutan kepentingan dari seluruh variabel yang terbentuk. Metoda ini membantu menemukan model, kelompok variabel dari pelaku kewirausahaan yang harus diperhatikan lebih dulu bagi pengembangan kewirausahaan industri kreatif dan dampaknya pada kinerja usaha.

Model regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji variabel-variabel yang difaktorkan dalam analisis faktor, untuk diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen kinerja usaha, dalam model penelitian ditunjukkan oleh persamaan berikut:

$$KU = \alpha + \beta_1 ENT_a + \beta_2 ENT_b + \beta_3 ENT_n + \varepsilon \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- α = konstanta
- ENT_a = faktor 1 kapabilitas kewirausahaan.
- ENT_b = faktor 2 kapabilitas kewirausahaan.
- ENT_n = faktor ke-n kapabilitas kewirausahaan.
- KU = kinerja usaha
- ε = error

PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan Tabel 2, variabel kapabilitas kewirausahaan (ENT) memiliki nilai maksimal 145 persen, minimal 73 dan rerata 108,34. Data memiliki simpangan baku sebesar 13,52. Sementara sebaran data kinerja usaha (KU) memiliki nilai maksimum 75, nilai minimum 33, rerata 58,84 serta simpangan baku sebesar 9,18. Kedua data berdistribusi normal.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Rerata	Simpangan Baku
Kapabilitas kewirausahaan	113	73	141	108,34	13,532
Kinerja usaha	113	33	75	54,84	9,181
Valid N (listwise)	113				

Sumber: Data penelitian, 2014

Uji normalitas data kapabilitas kewirausahaan (ENT) diukur dengan menggunakan besaran nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Pengujian *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh besaran 0,09 dan nilai *Sig.* 2,0, jauh diatas toleransi yang digunakan dalam penelitian (0.05). Demikian pula untuk data kinerja usaha (KU) memiliki besaran *Kolmogorov-Smirnov* 0,065 dan *Sig.* 0,2, sehingga secara statistik kedua variabel (ENT dan KU) yang dimasukkan dalam model berdistribusi normal.

Analisis Faktor Kapabilitas Kewirausahaan Industri Kreatif

Dalam analisis faktor, variabel akan mengelompok jika variabel tersebut berkorelasi dengan variabel lain yang masuk dalam kelompok faktor tertentu. Data kapabilitas kewirausahaan industri kreatif yang akan dianalisis faktor, harus memiliki nilai *anti-image correlation* diatas 0,5. Hal ini akan memberikan maksud bahwa semua variabel tentang kapabilitas perilaku kewirausahaan industri kreatif layak untuk dianalisis faktor. Hasil uji *anti-image correlation* pada 15 variabel yang diuji

dalam model dan semua variabel tersebut memiliki nilai diatas 0,5 dengan interval 0,604-0,870. Uji kecukupan sampel dilakukan melalui nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)*, Nilai *KMO* data adalah sebesar 0,783 lebih besar dari 0,5. Hal ini berarti bahwa sampel yang diambil yaitu sebanyak 113 responden dari ketiga kota kreatif nasional dengan unit variabel sebanyak 15 variabel, cukup layak untuk dianalisis. Angka *Bartlett's Test of Sphericity*= 469,517 dan *Sig.*= 0,000 menunjukkan bahwa matriks korelasi bukan merupakan matriks identitas, sehingga layak untuk di analisis faktor.

Dari hasil analisis faktor yang didasarkan pada *Eigen values* yang lebih besar atau sama dengan satu, diperoleh sebanyak tiga faktor. Nilai persentase kumulatif untuk ketiga faktor tersebut sebesar 51,83 persen, yang berarti bahwa ketiga faktor yang terbentuk mampu menerangkan data multivariat 15 variabel sebesar 51,83 persen. Variabel merupakan masing-masing faktor yang disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3
Rotated Component Matrix Kapabilitas Kewirausahaan

Kapabilitas Kewirausahaan	Komponen Faktor		
	1	2	3
inovasi menciptakan daya beda	0,469	0,044	0,680
inovasi membuat desain yang belum pernah ada	0,772	0,232	0,123
komitmen memenuhi desain kontrak kerja	0,689	0,123	0,120
komitmen pemenuhan waktu <i>deadline</i>	0,672	0,024	-0,287
gagasan, ide yang melimpah selalu terbaru	-0,374	0,343	0,513
kreatifitas yang digali dari corak budaya kuat sekitar	0,036	0,781	-0,230
sikap kehati-hatian bertindak/memutuskan urusan bisnis	0,470	-0,159	0,045
<i>locus of control</i> internal: usaha keras pribadi untuk berhasil	0,181	0,627	-0,021
optimisme pada industri dan pasar sasaran	0,748	0,087	0,248
proaktif mengikuti trend desain yang berkembang	0,558	0,017	-0,439
mengapresiasi keterampilan SDM dengan reward pantas	0,175	-0,634	-0,134
proaktif menggunakan media internet untuk belajar	0,713	-0,008	0,171
komitmen mandiri desain dan anti plagiasi	-0,132	0,660	-0,097
manajemen tim dan bawahan dan mitra kerja	0,609	-0,372	0,003
mengelola manajemen risiko dan kegagalan	0,525	0,224	-0,332

Sumber: Data penelitian, 2014

Matriks rotasi komponen membentuk tiga faktor, dengan kelompok komponen faktor 1 meliputi: a) inovasi membuat desain yang belum pernah ada (*loading faktor* 0,772); b) komitmen memenuhi desain kontrak kerja (*loading faktor* 0,689); c) komitmen pemenuhan waktu *deadline* (*loading faktor* 0,672); d) sikap kehati-hatian bertindak (*loading faktor* 0,470); e) optimisme pada permintaan pasar (*loading faktor* 0,748); f) proaktif mengikuti tren desain yang berkembang (*loading faktor* 0,558); g) proaktif menggunakan media internet untuk belajar (*loading faktor* 0,713); h) manajemen tim dan rekan kerja (*loading faktor* 0,609). Kelompok faktor 2 berisikan empat faktor, meliputi: a) kreatifitas yang digali dari corak budaya kuat

sekitar (*loading factor* 0,781); b) *locus of control internal* (*loading factor* 0,627); c) mengapresiasi keterampilan SDM dengan *reward* pantas (*loading factor* 0,634); d) komitmen mandiri desain dan anti plagiasi (*loading factor* 0,660) dan faktor 3 meliputi: a) inovasi menciptakan daya beda (*loading factor* 0,680); b) gagasan, ide yang melimpah selalu terbarukan (*loading factor* 0,513).

Untuk melakukan analisis pada langkah selanjutnya, maka variabel dari aspek kapabilitas kewirausahaan yang terbentuk tersebut selanjutnya akan dikonversi menjadi satu kelompok variabel yang berupa faktor utama. Kapabilitas kewirausahaan industri kreatif nasional dalam penelitian ini secara empiris telah terbentuk menjadi tiga faktor utama, yaitu pengelolaan internal dan manajemen risiko (faktor 1); kemandirian desain dan anti plagiasi (faktor 2) serta daya beda unik dan ide yang selalu terbarukan (faktor 3).

Analisis Regresi Kapabilitas Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Industri Kreatif

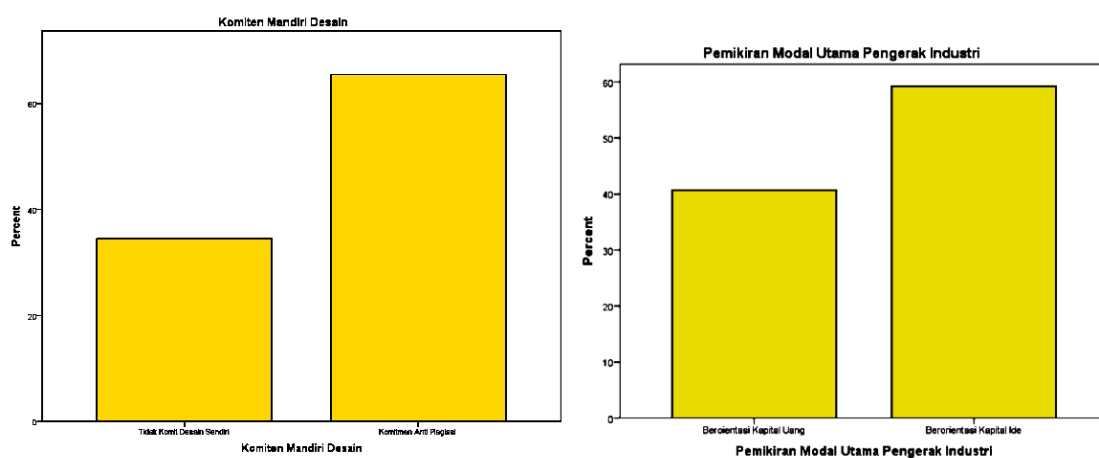
Pengujian atas hipotesis dilakukan dengan melakukan analisis regresi berganda pada faktor-faktor yang dibentuk kapabilitas kewirausahaan (ENT) terhadap kinerja usaha (KU). Definisi operasional merujuk pada model Gambar 1, dimana dalam model terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen pengelolaan internal dan manajemen risiko (ENT_a), kemandirian desain dan anti plagiasi (ENT_b) serta daya beda unik dan ide yang selalu terbarukan (ENT_c). Sedangkan variabel dependen adalah kinerja usaha (KU). Keempat variabel yang diteliti memiliki skala rasio dan berdistribusi normal, sehingga model memiliki kelayakan empiris untuk diukur dengan kajian statistik parametrik regresi berganda. Hasil pengujian hipotesis (ANOVA-Uji F) untuk membuktikan pengaruh kapabilitas kewirausahaan secara simultan terhadap kinerja usaha.

Dari analisis ANOVA (Tabel 6) diperoleh nilai Uji F sebesar 12,815 dan *sig.* 0,000; karena nilai *sig.* masih berada dibawah alfa (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti variabel independen yang merupakan manifestasi dari faktor-faktor pembentuk kapabilitas kewirausahaan industri kreatif berupa variabel ENT_a , ENT_b dan ENT_c secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini sejalan dengan beberapa peneliti sebelumnya seperti kajian yang dilakukan oleh Suryanita 2006; Kumalaningrum 2012; Lukiastuti 2012; Lestari 2013 dan Pangeran 2013, bahwa kapabilitas maupun orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Pada pengukuran analisis pengaruh secara parsial (uji t): untuk menguji hipotesis pengaruh ENT_a terhadap KU, diperoleh angka t-hitung 3,229 (*Sig.* 0,000). Nilai ini H_0 ditolak dan H_{1a} diterima, yang berarti ada pengaruh signifikan antara kapabilitas pengelolaan internal manajemen risiko kewirausahaan terhadap kinerja usaha industri kreatif. Demikian juga pada pengukuran pengaruh ENT_c terhadap KU

yang memiliki angka t-hitung 5,669 (*sig.* 0,017) < 0,05, artinya H1 diterima dengan interpretasi ada pengaruh signifikan antara kapabilitas daya beda produk dan gagasan ide yang selalu terbarukan terhadap kinerja usaha. pada pengukuran pengaruh ENT_b terhadap KU yang memiliki angka uji t-hitung -0,33 (*sig.* 0,742) > 0,05, artinya H0 diterima dengan interpretasi tidak ada pengaruh signifikan antara kapabilitas kemandirian anti plagiasi desain produk terhadap kinerja usaha.

Merujuk pada nilai *standardized coefficients beta*, diperoleh gambaran bahwa terdapat dominasi dari ketiga variabel dependen yang mewakili faktor-faktor pembentuk kapabilitas kewirausahaan industri kreatif nasional tersebut. Faktor pengelolaan internal dan manajemen risiko (ENT_a) merupakan faktor dominan, disusul faktor daya beda produk dan gagasan ide yang selalu terbarukan (ENT_c) serta terakhir faktor kemandirian anti plagiasi desain produk (ENT_b). Merujuk pada formula persamaan (1), selanjutnya didapatkan rumusan model regresi linier berganda $KU = 0,405 ENT_a - 0,046 ENT_b + 0,558 ENT_c + 21,062$. Pada fakta model persamaan regresi yang dihasilkan serta pengujian hipotesis secara parsial uji-t, variabel ENT_a dan ENT_c memiliki implikasi yang sama dengan sejumlah penelitian sebelumnya yang mendukung premis hipotesis penelitian mengenai adanya pengaruh signifikan positif dari kapabilitas kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Namun pada sisi lain, variabel ENT_b yang merupakan manifestasi dari faktor kemandirian dan anti plagiasi desain produk mengindikasikan adanya hubungan terbalik antara dan tidak dijumpai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha. Kendati wirausaha industri kreatif nasional telah memahami semangat ekonomi kreatif dan nilai-nilai faktor penggerak industri berupa gagasan, ide, pemikiran sebagai modal dalam industri kreatif (59,3 persen), namun kapabilitas kewirausahaan dari sisi kemandirian desain dan semangat anti plagiasi (ENT_b) belum memberikan dampak secara nyata pada kinerja. Meskipun demikian, sebagian besar responden berkomitmen untuk berusaha tidak menjiplak ide dan produk orang lain (66,5 persen).



Gambar 2
Modal Utama Penggerak Industri

Aspek lain yang menyebabkan munculnya hubungan terbalik pada variabel independen ENT_b terhadap variabel dependen KU adalah rendahnya *locus of control internal* dari wirausaha industri kreatif. Pengukuran aspek *locus of control* wirausaha industri kreatif dalam observasi data sampel memberikan gambaran adanya dominasi *locus of control* eksternal (54,9%) dibandingkan *locus of control* internal (45,1 persen) dari pelaku wirausaha industri kreatif.

Locus of control eksternal menimbulkan kuatnya karakter kepasrahan pelaku wirausaha industri kreatif nasional pada nasib atas usaha bisnis yang mereka jalankan. Aspek *locus of control* eksternal pelaku wirausaha akan memberikan ilustrasi alam berpikir mereka: sehebat apapun usaha dan perencanaan yang dilakukan, pada akhirnya tetap berakhir pada ada tidaknya nasib baik dan keberuntungan. Hasil observasi berupa wawancara langsung pada sejumlah sampel untuk dikonfirmasi, ditemukan bahwa sebagian dari mereka memiliki alam pemikiran filosofi yang telah mengakar kuat, yaitu: “*wong pinter kalah karo wong bejo*”, sehingga mereka memutuskan bekerja “*samadyo*” atau bekerja sekuat dan sebisa yang mereka lakukan, setelah itu nasib yang akan menentukan usaha mereka. Belum ditemukan penelitian sebelumnya dan kaidah teoritis yang menjelaskan adanya hubungan negatif antara ENT_b terhadap KU, namun fakta deskriptif dalam penelitian ini memberikan gambaran rendahnya *locus of control internal* sebagai *input* model akan memberikan kontribusi dampak hubungan terbalik bagi kinerja usaha.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI

Simpulan

Beberapa simpulan yang dapat ditarik dalam ruang lingkup penelitian mengenai faktor-faktor pembentuk kapabilitas wirausaha industri kreatif dan dampaknya pada kinerja usaha akan merujuk pada tiga poin permasalahan sebagai simpulan dalam penelitian ini.

1. Penelitian ini merumuskan tiga faktor pembentuk kapabilitas kewirausahaan industri kreatif melalui alat analisis statistik berupa analisis faktor. Faktor-faktor yang terbentuk memiliki *Eigen-value* sama atau diatas 1, meliputi: pengelolaan internal dan manajemen risiko (faktor 1); kemandirian desain dan anti plagiasi (faktor 2) serta daya beda unik dan ide yang selalu terbarukan (faktor 3). Ketiga faktor yang didefinisikan dapat menjadi rujukan penelitian selanjutnya dan merupakan poin kunci dalam pengembangan karakter sumber daya manusia, berupa subjek individu pelaku kewirausahaan industri kreatif nasional.
2. Analisis ANOVA memberikan bukti empiris adanya pengaruh signifikan dari kapabilitas karakter kewirausahaan industri kreatif terhadap kinerja usaha mereka. Hal ini memperkuat temuan-temuan peneliti sebelumnya, bahwa kapabilitas

kewirausahaan memberikan dampak positif bagi kinerja usaha. Dari ketiga faktor yang membentuk kapabilitas wirusaha di atas, faktor pengelolaan internal dan manajemen risiko merupakan faktor dominan yang menentukan kinerja usaha industri kreatif nasional.

3. Temuan deskriptif penelitian menunjukkan pelaku wirausaha Indonesia telah memahami konsep, bahwa: gagasan, ide dan pengetahuan merupakan modal utama penggerak industri dalam paradigma fase ekonomi kreatif. Pelaku kewirausahaan kreatif nasional juga sudah memahami pentingnya kemandirian desain, anti plagiasi dan memberikan apresiasi atas kekayaan intelektual produk lain. Namun pada sisi lain sebagian dari pelaku wirausaha memiliki *locus of control* eksternal yang dominan, dimana sebagian besar sampel yang dikonfirmasi melalui observasi memiliki pola alam berpikir: bahwa sehebat apapun seorang wirausaha berusaha pada akhirnya akan tetap menyerah pada ada tidaknya nasib baik. Kapabilitas wirausaha yang matang sekalipun dalam usaha dan perencanaan masih akan bergantung pada keberuntungan yang dimilikinya. Dalam konteks “berusaha” dan “wirausaha” hal tersebut memberikan makna konotasi negatif.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini mencakup delapan sektor dari 15 sektor industri kreatif saat ini, dengan objek hanya pada tiga kota kreatif yaitu Denpasar, Yogyakarta dan Surakarta, sehingga dengan keterbatasan ini, saran yang dikemukakan adalah perlu adanya kajian pembandingan yang mengkomparasikan dan mengkonfirmasi temuan dengan mereplikasi penelitian ini pada ruang lingkup sampel yang lebih luas untuk mendapatkan deskripsi model secara utuh. Keterbatasan lainnya adalah pengukuran penelitian sepenuhnya berdasarkan pada pengukuran subjektif persepsi para pemilik dan pengambil keputusan kewirausahaan industri kreatif, meskipun dalam banyak penelitian, pengukuran secara subjektif seperti ini masih dibenarkan dalam kaidah metodologis, namun tetap menciptakan potensi bias. Pada sisi lain, munculnya temuan *locus of control* eksternal yang dominan pada wirausaha industri kreatif nasional diprediksi akan menjadi faktor penghambat dan berpotensi menimbulkan dampak negatif pada kinerja industri. Selanjutnya ranah karakter psikologis ini membutuhkan kajian empiris untuk mengungkap dampak *locus of control* eksternal dari pelaku kewirausahaan industri kreatif nasional dalam suatu kajian studi lebih lanjut.

Implikasi

Penelitian ini memiliki dua implikasi, yaitu bagi pelaku bisnis dan pembuat regulasi. Implikasi bagi pelaku bisnis kewirausahaan industri kreatif untuk mengembangkan ketiga faktor kunci, berupa pengelolaan internal dan manajemen risiko; kemandirian desain anti plagiasi; serta kapabilitas untuk menciptakan daya beda dan ide yang selalu terbaru pada produk kreatif. Namun dari ketiga faktor tersebut, faktor dominan adalah pengelolaan internal dan manajemen risiko, dimana

pelaku wirausaha industri kreatif meningkatkan kinerja usaha dengan melempar produk-produk kreatif baru, hal yang harus bersamaan dilakukan adalah manajemen risiko dengan mengontrol probabilitas risiko yang berpotensi muncul. Manajemen risiko yang baik akan memiliki dampak pada kinerja usaha kewirausahaan industri kreatif. Implikasi bagi pembuat regulasi peta jalan industri kreatif, deskripsi kondisi sekarang memberikan fakta empiris bahwa wirausaha Indonesia telah memahami konsep ekonomi kreatif yang menekankan ide, gagasan dan pengetahuan sebagai model utama, munculnya semangat untuk menciptakan desain mandiri yang berakar dari kearifan budaya disekitarnya, serta mulai munculnya kesadaran kekayaan intelektual atas produk melalui semangat anti-plagiasi desain. Deskripsi pemahaman dari pelaku wirausaha yang demikian adalah merupakan aset bangsa dalam ekonomi kreatif yang menjadi dasar pengembangan kapabilitas wirausaha inovatif dan kreatif dengan ditopang dengan regulasi pemerintah dalam bidang sumber daya manusia, sehingga ujungnya akan memicu akselerasi industri kreatif nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Beamon, B. M. 1999. Measuring supply chain performance. *International Journal of Operations & Production Management*. Vol.19: 275-92.
- Bhimani, A. 1993. Performance measures in UK manufacturing companies: The state of play, in management accounting. Vol.71 No.11: 20-2.
- BPS. 2009. *Tabel Prosentase Kontribusi Indutri Kreatif terhadap PDB Nasional*. Diolah dari Statistik Indonesia & Statisik Industri BPS. Available at www.indonesiakreatif.net.
- Carlson, N. R., C. D. Heth, H. Miller, J. W. Donahoe, W. Buskist, dan G. N. Martia. 2007. *Psychology: The Science of Behaviour*. 6th Ed. Boston: Pearson. Allyn and Bacon.
- Clarke, P. 1995. Non-financial measures of performance in management. *Accountancy Ireland*. Vol.27 No.2: 22-4.
- _____. 2009. *Pengembangan Industri Kreatif menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025: Rencana Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif, Kelompok Kerja Indonesia Design Power*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- _____. 2009. *Rencana Kerja Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015*. Kelompok Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Djarwanto. 1996. *Mengenal Beberapa Uji Statistik dalam Penelitian*. Edisi Pertama. Liberty: Yogyakarta.
- Drucker, P. F. 1985. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York, USA: Harper Business.

- Drucker, P. F. 1999. *The Discipline of Innovation. In Review*, Harvard Business, editor, Harvard Business Review on Breakthrough Thinking. Boston: Harvard Business Review Paperbacks.
- Florida, R. 2002. *The Rise of the Creative Class: And How it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Perseus Book Group.
- Gomes, C. F., M. M. Yasin, dan J. V. Lisboa. 2004. A literature review of manufacturing performance measures and measurement in an organizational context: a framework and direction for future research. *Journal of Manufacturing Technology Management*. Vol.15 No.6: 511-530.
- Halim, A. S. A., S. Muda., dan W. A. Aziz. 2011. Locus of control: a basis for creative entrepreneurs in kraftangan Malaysia. *Jminternational journal of HR Review*. Vol.1 No.1. Availbale at www.jmijtm.com.
- Hesmondhalgh, D. 2002. *The Cultural Industries*. SAGE on Wikipedia creative industries definition.
- HKU. 2010. The entrepreneurial dimension of the cultural and creative industries. utrecht school of the arts (Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, HKU) in the Netherland. Available at creativwirtschaft.at.
- Indonesia Kreatif. 2013. *Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDB Indonesia 2010-2013*. Available at program.indonesiakreatif.net.
- Iwan H., V. S Tripriyo, dan S. B. Harnomo. 2014. Knowledge management capability rooted on information technology and cultural heritage environment synergy to develop national creative industry competitiveness. *Proceeding International Conference Unnes*. ISSN: 2355-3456.
- Kumalaningrum, P. M. 2012. Kapabilitas kewirausahaan dan profitabilitas: Peran moderasi fleksibilitas strategi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*. Vol.8 No.2. Available at jrmb.ukdw.ac.id.
- Landry, C., dan F. Bianchini. 1995. *The Creative City*. London: Demos.
- Lestari, F. 2013. Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri rajutan Binong Jati Bandung. Available at elib.unikom.ac.id.
- Lukiastuti, F. 2012. Pengaruh orientasi wirausaha dan kapabilitas jejaring usaha terhadap peningkatan kinerja ukm dengan komitmen perilaku sebagai variabel intervening (Studi empiris pada sentra UKM batik di Sragen, Jawa Tengah). Available at www.lppm.ut.ac.id.
- Manoochehri, G. 1999. The road to manufacturing excellence: Using performance measures to become world-class. *Industrial Management*: 7-13.

- McNair, C. J., dan W. Mosconi. 1987. Measuring performance in an advanced manufacturing environment. *Management Accounting* Vol.69 No.1: 28.
- Perminas, P. 2013. Orientasi kewirausahaan dan kinerja keuangan usaha mikro dan kecil: peran mediasi kapabilitas keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.7 No.1 (Maret): 1978-3116. Available at www.researchgate.net.
- Prawirokusumo. 1997. *Small Business and Entrepreneurship*. Prentice Hall.
- Rotter, J. B. 1954. *Social Learning And Clinical Psychology*. New York: Prentice-Hall.
- Singh, S., dan J .D. McKeen. 2006. Knowledge management capability and organizational performance: A theoretical foundation. *Conference at the University of Warwick*. (March): 1 -54.
- Simatupang, T. M. 2008. *Perkembangan Industri Kreatif*. Sekolah Bisnis dan Manajemen. Institut Teknologi Bandung.
- Suryanita, A. 2006. Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan kompetensi pengetahuan terhadap kapabilitas untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Available at eprints.undip.ac.id.
- Tofler, A. 1970. *Future Shock*. Amerika: Random House.
- Wiklund, J., dan D. Shepherd. 2005. Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*. Vol.20: 71-91.
- Wu, D. 2009. Measuring performance in small and medium enterprises in the information & communication technology industries. *Tesis*. Available at researchbank.rmit.edu.au.

LAMPIRAN

Tabel 3
Uji KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		0,783
<i>Bartlett's Test</i>	Approx. Chi-Square	469,517
	df	105
	Sig.	0,000

Tabel 4
Total Variance Explained Variabel Kapabilitas Kewirausahaan

Komponen	Initial Eigen values			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	Variance	Kumulatif	Total	Variance	Kumulatif	Total	Variance	Kumulatif
1	4.210	28.064	28.064	4.210	28.064	28.064	3.307	22.048	22.048
2	2.251	15.005	43.070	2.251	15.005	43.070	2.246	14.973	37.022
3	1.314	8.761	51.831	1.314	8.761	51.831	2.221	14.809	51.831
4	0.991	6.608	58.439						
5	0.892	5.948	64.387						
6	0.886	5.910	70.296						
7	0.764	5.096	75.393						
8	0.654	4.362	79.754						
9	0.626	4.176	83.930						
10	0.525	3.500	87.431						
11	0.495	3.302	90.733						
12	0.442	2.950	93.683						
13	0.343	2.287	95.970						
14	0.307	2.048	98.018						
15	0.297	1.982	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel 6
Hasil Uji ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	2507,440	3	835,813	12,815	0,000b
<i>Residual</i>	6848,009	105	65,219		
<i>Total</i>	9355,450	108			

Tabel 7
Model Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,062	6,523		3,229	0,002
Pengelolaan Internal dan Manajemen Risiko (ENT _a)	0,405	0,071	0,478	5,699	0,000
Kemandirian dan Anti Plagiasi Desain Produk (ENT _b)	-0,046	0,140	-0,028	-,330	0,742
Daya Beda Produk dan Gagasan Ide yang Selalu Terbarukan (ENT _c)	0,558	0,230	0,202	2,423	0,017

Tabel 8
Locus of Control Wirausaha Industri Kreatif

	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
<i>Locus of Control Eksternal</i>	62	54.9	54.9	54.9
<i>Valid Locus of Control Internal</i>	51	45.1	45.1	100.0
Total	113	100.0	100.0	