

Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Hasil Usaha Pelaku Bisnis Produk *Fashion* Wanita Secara *Online* Menggunakan *Smartphone* Di Kota Bandung

Asep Ramdhan

Jurusan Desain Komunikasi Visual, ITENAS, Bandung
Email: asepramdhan@gmail.com

ABSTRAK

Toko online atau biasa kita kenal online shop saat ini semakin tumbuh berkembang dengan pesat dan bersaing dengan ketat satu sama lain. Dengan adanya kemudahan akses teknologi informasi berupa smartphone baik pelaku bisnis online maupun konsumen semakin diberikan keleluasaan dalam bertransaksi secara online. Smartphone dengan fitur yang canggih sebagai media promosi online memiliki jangkauan yang luas dalam meraih konsumen juga memberikan kemudahan dan kecepatan dalam berkomunikasi dengan konsumen di mana pun berada.

Para pelaku bisnis online tentunya harus memiliki bekal pengetahuan berupa sikap mental guna mengelola emosi maupun kemampuan manajemen berwirausaha yang baik agar bisnisnya dapat bertahan, berjalan secara berkesinambungan hingga dapat tumbuh berkembang dengan baik. Area penelitian dilakukan khususnya di kota Bandung dengan responden yaitu para pelaku bisnis online produk fashion wanita. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mana yang memiliki pengaruh paling besar antara kecerdasan emosional atautkah kompetensi wirausaha terhadap hasil usaha yang didapat oleh para pelaku bisnis fashion online.

Kata kunci: Kecerdasan Emosional, Kompetensi Wirausaha, Hasil Usaha

ABSTRACT

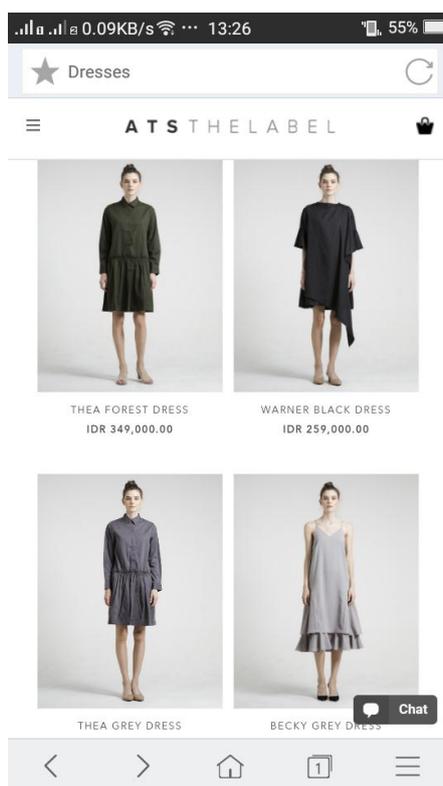
Online store or commonly we know the online shop is now growing growing rapidly and compete with each other tightly. With the ease of access to information technology in the form of smartphones both online and consumer businesses are increasingly given flexibility in online transacting. Smartphones with sophisticated features as an online promotional medium have a wide reach in reaching consumers as well as providing convenience and speed in communicating with consumers wherever they are.

Online business people must have knowledge in the form of mental attitude to manage the emotions and the ability of good entrepreneurship management so that the business can survive, run continuously until it can grow well. Research area is done especially in Bandung city with the respondent that is online business woman fashion product. This study was conducted to find out which has the greatest influence between emotional intelligence or entrepreneurial competence on business results obtained by online fashion businesses.

Keywords: Emotional Intelligence, Entrepreneurial Competency, Business Result

1. PENDAHULUAN

Smartphone sudah menjadi barang yang tidak terpisahkan dari kegiatan manusia sehari-hari dan menjadi suatu gaya hidup terkait dengan status sosial ataupun gaya hidup seseorang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian mengenai *smartphone* di negara Finlandia yang menunjukkan ada beberapa faktor yang mendasari pembelian *smartphone*, motivasi penggunaan serta aspek pertimbangan terkait dengan status sosial [1]. *Smartphone* pada era saat ini menjadi alat komunikasi yang paling utama digunakan oleh semua orang dari berbagai usia dan kalangan [2]. Dengan adanya *Smartphone*, akses untuk berkomunikasi menjadi semakin mudah dan fleksibel tanpa mengenal batas wilayah dan waktu. Penggunaan *smartphone* tidak bisa terlepas dari *global information society* yang melahirkan *the net generation* [3]. Aspek lain yang mendukung terhadap penggunaan *smartphone* yaitu fakta mobilitas individu yang didukung fenomena *online communities* di perkotaan, baik di negara-negara yang sudah maju, maupun negara-negara yang masih berkembang [4]. Semakin canggihnya teknologi *smartphone* memunculkan peluang dan minat untuk berbisnis bagi sebagian orang-orang, hal ini terbukti dengan munculnya berbagai jenis *online shop* yang menjual berbagai jenis barang dengan memanfaatkan fitur-fitur dan layanan yang ada dalam *smartphone*. Potensi *smartphone* untuk digunakan sebagai alat untuk bertransaksi secara *online* semakin besar. Para konsumen yang biasanya berbelanja secara langsung dengan mengunjungi toko, saat ini mulai beralih menjadi konsumen yang berbelanja menggunakan layanan aplikasi *online* melalui *smartphone* karena kemudahan, keleluasaan dan keefektifitasan waktu.



Gambar 1 Tampilan *online shop* produk fashion wanita yang diakses melalui *Smartphone*

Dalam proses meraih hati pelanggan diperlukan dasar yang kuat dalam berkomunikasi untuk membina hubungan sosial yang baik, dalam hal ini kecerdasan emosional mempunyai peranan dalam hal tersebut, misalnya pada saat pelaku bisnis berhadapan dengan konsumen yang marah dan komplain atas produk yang dibelinya. Orang yang memiliki kecerdasan emosional akan mampu menghadapi tantangan dan menjadikan seorang manusia yang penuh tanggung jawab, produktif dan optimis dalam menghadapi maupun menyelesaikan masalah [5]. Kecerdasan emosional menyumbang sebesar 80%

dari faktor penentu kesuksesan seseorang, sedangkan 20% yang lain ditentukan oleh *IQ (Intelligence Quotient)* [6].

Teknologi berupa layanan dan fitur canggih yang dimiliki *Smartphone* perlu didukung dengan kompetensi berwirausaha yang baik untuk dapat dimanfaatkan dengan maksimal penggunaannya. *Smartphone* hanyalah sebagai alat atau sebuah media, apabila tidak digunakan dengan baik, media tersebut tidak akan mendatangkan efek berupa keuntungan yang besar dalam mencapai tujuan bisnis sesuai dengan yang diharapkan oleh para pelaku bisnis. Salah satu kemampuan kreatif dan inovatif wirausaha secara riil tercermin dalam mengerjakan sesuatu yang baru, kemauan dan kemampuan mencari peluang dan kemampuan untuk mengembangkan ide serta memanfaatkan sumber daya [7].

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

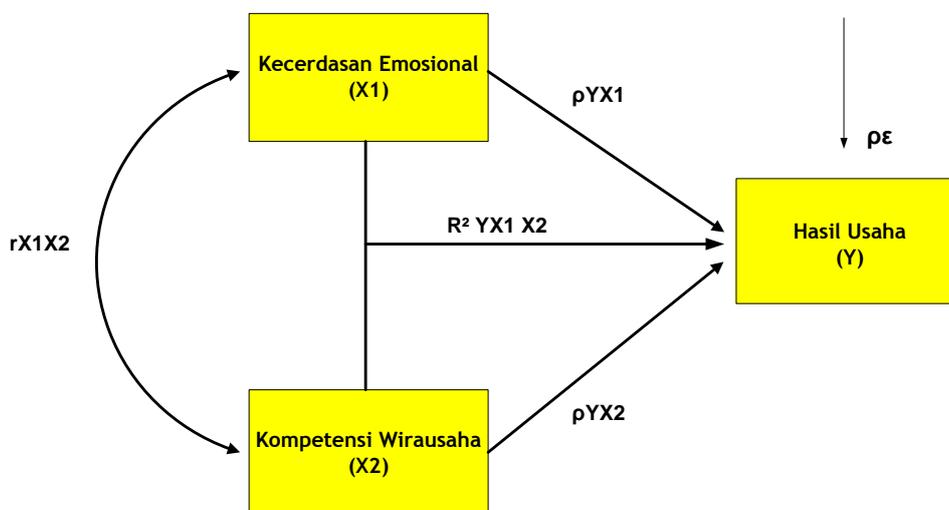
1. Untuk mengetahui bagaimana kecerdasan emosional yang dimiliki oleh pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana kompetensi wirausaha yang dimiliki oleh pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana hasil usaha yang didapat oleh pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kecerdasan emosional dan kompetensi wirausaha mempengaruhi hasil usaha pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung baik secara simultan maupun parsial.

2. METODOLOGI

Peneliti ingin menjawab permasalahan dengan menggambarkan bagaimana tanggapan responden mengenai variabel kecerdasan emosional, kompetensi wirausaha dan hasil usaha secara terstruktur dan terencana berdasarkan pada sampel yang dipilih.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah analisis jalur (*path analysis*). Data yang diperoleh dalam bentuk data ordinal, sedangkan syarat untuk menggunakan analisis jalur (*path analysis*), data harus dalam bentuk data interval. Maka data perlu ditransformasikan terlebih dahulu menggunakan metode MSI (*Method of Successive Interval*).

Berikut ini adalah skema bagan kerangka berpikir penelitian :



Bagan 1 Kerangka Berpikir

Variabel penelitian diturunkan menjadi point-point kata kunci indikator-indikator, yang akan digunakan sebagai landasan untuk membuat kalimat-kalimat pernyataan untuk kuesioner. Jumlah item pernyataan kuesioner yaitu sebanyak 26 item, kemudian disusun ke dalam pengukuran skala *Likert*.

Data primer didapatkan langsung dari responden melalui kegiatan wawancara, pengisian kuesioner dan pengamatan. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari sumber berupa literatur dan studi pustaka, informasi dari internet, jurnal dan penelitian ilmiah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku bisnis online yang menjual produk *fashion* wanita secara *online* menggunakan *Smartphone* di kota Bandung, namun mengingat tidak adanya data pasti yang dapat peneliti temukan berkenaan dengan jumlah populasinya, karena bisnis *online* melalui media *Smartphone* ini suatu fenomena baru, maka untuk jumlah populasinya tidak dapat diketahui.

Jumlah sampel dalam penelitian untuk jumlah populasi yang tidak diketahui disarankan agar jumlah responden minimal 30 orang, dengan jumlah tersebut distribusi skor akan mendekati kurva normal [8]. Berdasarkan ketentuan tersebut maka ditetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 50 orang.

Data yang didapatkan dari hasil pengumpulan dibagi menjadi dua :

1. Data yang bersifat kualitatif, yakni data yang diperoleh berupa temuan fakta-fakta pada penelitian, yang kemudian dianalisis dengan berdasarkan teori pendukung yang sesuai topik penelitian.
2. Data yang bersifat kuantitatif, yakni metode pengujian pada hipotesis dan data yang didapatkan dengan pengujian statistik berdasarkan pada data angka.

Analisis data menggunakan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif), dengan dua jenis analisis yaitu:

1. Dalam mengetahui pendapat responden yang didapat melalui kuesioner mengenai kecerdasan emosional, kompetensi wirausaha dan hasil usaha, data diolah untuk mencari rata-rata (*mean*) jawaban untuk diuraikan secara deskriptif .
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kecerdasan emosional dan kompetensi wirausaha terhadap hasil usaha para pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* menggunakan *smartphone* di kota Bandung baik secara simultan maupun parsial dengan hipotesis diuji statistik menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko *online* atau biasa kita kenal *online shop* saat ini semakin tumbuh berkembang dengan pesat dan bersaing dengan ketat satu sama lain. Dengan adanya kemudahan akses teknologi informasi berupa *Smartphone*, baik pelaku bisnis *online* maupun konsumen semakin diberikan keleluasaan dalam bertransaksi. *Smartphone* sebagai media promosi *online* memiliki jangkauan yang sangat cepat dan luas yang juga didukung teknologi dengan fitur yang canggih dalam *smartphone* itu sendiri untuk berkomunikasi dengan konsumen. Pelaku bisnis *online* harus mampu untuk mengimplementasikan dengan baik kecerdasan emosional dan kompetensi wirausaha untuk mendapatkan hasil usaha yang maksimal. Adapun uraian mengenai profil usaha 50 responden orang pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung yang telah didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Profil Pelaku Bisnis Online dengan Menggunakan Smartphone Di Kota Bandung berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	7	14 %
Wanita	43	86 %
Total	50	100 %

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung didominasi oleh wanita dengan persentase sebesar 86%. Hal yang menyebabkan jumlah pelaku bisnis wanita lebih banyak dikarenakan jenis produk yang dijual adalah produk *fashion* wanita. Wanita cenderung lebih peka terhadap perkembangan tren *fashion* yang sedang berlaku dibandingkan pria. Namun Sebagian kecil dari responden pun yaitu sebesar 14% terdapat pelaku bisnis pria yang menjual produk *fashion* wanita. Saat ini wanita memiliki kemampuan yang tidak kalah bersaing dengan pria dalam berwirausaha.

Tabel 2
Profil Pelaku Bisnis Online Dengan Menggunakan Smartphone Di Kota Bandung Menurut Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
17-22	5	10 %
23-28	33	66 %
29-34	9	18 %
35-40	2	4 %
> 40	1	2 %
Total	50	100 %

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung ditinjau dari usia jumlah terbesar pada golongan usia antara 23-28 tahun sebesar 66%. Pada usia tersebut merupakan usia keemasan bagi produktivitas manusia baik dalam hal fleksibilitas, kreativitas, antusiasme dan energi.

Tabel 3
Profil Pelaku Bisnis Online dengan Menggunakan Smartphone Di Kota Bandung Menurut Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	1	2 %
SLTP	2	4 %
SLTA	3	6 %
Diploma	15	30 %
S1	25	50 %
S2	4	8 %
Total	50	100 %

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung ditinjau dari segi pendidikan terakhir terbesar pada tamatan S1 sebesar 50% yaitu sebanyak 25 orang. Hal ini secara langsung menunjukkan minat berwirausaha yang cukup tinggi pada golongan ini.

Tabel 4
Profil Pelaku Bisnis *Online* dengan Menggunakan *Smartphone* Di Kota Bandung Menurut Jumlah Rata-Rata Volume Penjualan Per-Bulan

Jumlah rata-rata Volume Penjualan Per-Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
< 50 unit	3	6 %
50-100 unit	35	70 %
100-150 unit	7	14 %
>150 unit	5	10 %
Total	50	100 %

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung ditinjau jumlah rata-rata volume penjualan yang didapatkan berada pada kisaran 50-100 unit per-bulannya dengan persentase sebesar 70%.

Tabel 5
Profil Pelaku Bisnis *Online* dengan Menggunakan *Smartphone* Di Kota Bandung Menurut Jumlah Rata-Rata Pendapatan Usaha (Omset) Per-Bulan

Jumlah rata-rata Pendapatan Usaha (omset) Per-Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	8	16 %
Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	11	22 %
Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	24	48 %
>Rp. 10.000.000	7	14 %
Total	50	100 %

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung ditinjau jumlah rata-rata pendapatan usaha (omset) yang didapatkan mayoritas berada pada rentang Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000 unit per-bulannya dengan persentase sebesar 48%. Dalam hal ini pendapatan usaha merupakan pendapatan yang diterima secara keseluruhan oleh pelaku bisnis sebelum dikurangi biaya-biaya lainnya. Jumlah tersebut sangat besar untuk ukuran skala usaha kecil yang dikelola oleh perorangan.

Tabel 6
Profil Pelaku Bisnis Online Dengan Menggunakan Smartphone Di Kota Bandung Menurut Jumlah Rata-Rata Laba Usaha Per-Bulan

Jumlah rata-rata Laba Usaha Per-Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	10	20%
Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	31	62%
Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	5	10%
>Rp. 10.000.000	4	8 %
Total	50	100%

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung ditinjau jumlah rata-rata laba usaha yang didapatkan mayoritas berada pada rentang Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 per-bulannya dengan persentase sebesar 62%. Berdasarkan pada data tersebut mengindikasikan bahwa usaha ini cukup menjanjikan untuk dijadikan sebagai sumber penghasilan. Sebagian besar pada pelaku bisnis ini berperan sebagai *reseller* yang mengambil hasil produk jadi dari *reseller-reseller* lainnya.

Dalam hal ini diperlukan jaringan usaha yang kuat agar usaha ini terus berjalan. Untuk perputaran produk *fashion* itu sendiri sangatlah cepat sesuai dengan tren dan model yang berlaku pada waktu tertentu. Begitu pula dengan cara transaksi yang instan dan mudah menjadikan *online shop* saat ini lebih diminati oleh konsumen tanpa harus mengunjungi toko maupun butik secara langsung. Variabel penelitian diukur dan diuraikan ke dalam indikator variabel, selanjutnya indikator-indikator itu menjadi landasan pembuatan item pernyataan kuesioner. Adapun banyaknya item pernyataan yang ada pada kuesioner yaitu sebanyak 26 item, yang kemudian disusun ke dalam skala pengukuran dengan menggunakan skala *Likert*.

Tabel 7
Rekapitulasi Tanggapan Pelaku Bisnis Online Mengenai Kecerdasan Emosional

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pertanyaan1	50	2.00	5.00	3.4400
Pertanyaan2	50	2.00	5.00	3.4200
Pertanyaan3	50	2.00	5.00	3.3000
Pertanyaan4	50	2.00	5.00	3.2800
Pertanyaan5	50	1.00	5.00	3.3400
Pertanyaan6	50	2.00	5.00	3.3200
Pertanyaan7	50	2.00	5.00	3.3200
Pertanyaan8	50	2.00	5.00	3.3000
Pertanyaan9	50	2.00	5.00	3.3000
Valid N (listwise)	50			

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari penghitungan rekapitulasi pertanyaan untuk Kecerdasan Emosional pada tabel, maka diperoleh hasil jumlah rata-rata (Σ *mean*) sebesar 30,02, yang kemudian akan dirata-ratakan kembali dengan jumlah pertanyaan (Σ *mean*/9). Sehingga diperoleh hasil sebesar 3,34, sehingga dapat dikatakan kecerdasan emosional pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *smartphone* di kota Bandung pada tahun 2011 berada dalam kategori kurang baik. Hal ini disebabkan nilai rata-rata dari pertanyaan ini sebesar 3,34 yang berarti ada pada kategori 2,60-3,39.

Tabel 8
Rekapitulasi Tanggapan Pelaku Bisnis *Online* Mengenai Kompetensi Wirausaha

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pertanyaan10	50	1.00	5.00	3.2400
Pertanyaan11	50	1.00	5.00	3.2200
Pertanyaan12	50	1.00	5.00	3.2000
Pertanyaan13	50	1.00	5.00	3.1400
Pertanyaan14	50	1.00	5.00	3.0200
Pertanyaan15	50	1.00	5.00	2.9800
Pertanyaan16	50	1.00	5.00	3.1000
Pertanyaan17	50	1.00	5.00	3.0200
Pertanyaan18	50	1.00	5.00	3.2000
Pertanyaan19	50	1.00	5.00	3.1600
Pertanyaan20	50	1.00	5.00	3.0600
Pertanyaan21	50	1.00	5.00	3.1800
Pertanyaan22	50	1.00	5.00	3.2000
Pertanyaan23	50	1.00	5.00	3.1400
Valid N (listwise)	50			

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari penghitungan rekapitulasi pertanyaan untuk kompetensi wirausaha pada tabel, maka diperoleh hasil jumlah rata-rata ($\Sigma mean$) sebesar 43,86, yang kemudian akan dirata-ratakan kembali dengan jumlah pertanyaan ($\Sigma mean/ 14$). Sehingga diperoleh hasil sebesar 3,13, sehingga dapat dikatakan kompetensi wirausaha pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung pada tahun 2011 berada dalam kategori kurang baik. Hal ini disebabkan nilai rata-rata dari pertanyaan ini sebesar 3,13 yang berarti ada pada kategori 2,60-3,39

Tabel 9
Rekapitulasi Tanggapan Pelaku Bisnis *Online* Mengenai Hasil Usaha

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pernyataan24	50	1.00	5.00	2.6200
Pernyataan25	50	1.00	5.00	2.6800
Pernyataan26	50	1.00	5.00	2.6400
Valid N (listwise)	50			

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari penghitungan rekapitulasi pernyataan untuk hasil usaha pada tabel, maka diperoleh hasil jumlah rata-rata ($\Sigma mean$) sebesar 7,94, yang kemudian akan dirata-ratakan kembali dengan jumlah pernyataan ($\Sigma mean/ 3$). Sehingga diperoleh hasil sebesar 2,65, sehingga dapat dikatakan hasil usaha pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung pada tahun 2011 berada dalam kategori Kurang Maksimal. Hal ini disebabkan nilai rata-rata dari pernyataan ini sebesar 2,65 yang berarti ada pada kategori 2,60-3,39

3.7 Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Hasil Usaha Pelaku Bisnis Produk *Fashion* Wanita Secara *Online* dengan Menggunakan *Smartphone* Di Kota Bandung

Seperti telah dikemukakan pada hipotesis penelitian, bahwa kecerdasan emosional dan kompetensi wirausaha memiliki pengaruh terhadap hasil usaha para pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung. Hubungan tersebut kemudian akan

dituangkan ke dalam suatu model penelitian di mana pengolahan data dan hasil olahan data secara statistik didapatkan dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Tabel 10
Interpretasi Hubungan Variabel Kecerdasan Emosional, Kompetensi Wirausaha Dan Hasil Usaha Pelaku Bisnis Online

Variabel	Korelasi terhadap Variabel	Nilai Korelasi	Interpretasi Hubungan
X1 (Kecerdasan Emosional)	X2 (Kompetensi Wirausaha)	0,144	Sangat Rendah
	Y (Hasil Usaha)	0,528	Cukup Kuat
X2 (Kompetensi Wirausaha)	X1 (Kecerdasan Emosional)	0,144	Sangat Rendah
	Y (Hasil Usaha)	0,649	Kuat
Y (Hasil Usaha)	X1 (Kecerdasan Emosional)	0,528	Cukup Kuat
	X2 (Komptensi Wirausaha)	0,649	Kuat

Sumber : Hasil pengolahan data

3.8 Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Hasil Usaha Pelaku Bisnis Online

Tabel 11
Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Hasil Usaha

Pengaruh	Rumus	Penghitungan	Hasil
X1 langsung	$(r_{yx1})^2 \times 100\%$	$(0,444)^2 \times 100\%$	19,71%
X1 melalui X2	$(r_{yx1})(r_{x1x2})(r_{yx2}) \times 100\%$	$0,444 \times 0,144 \times 0,585 \times 100\%$	3,74%
Total pengaruh Kecerdasan Emosional (X1) terhadap Hasil Usaha (Y)			23,44%

Sumber : Hasil pengolahan data

Pengaruh secara langsung kecerdasan emosional (X1) terhadap hasil usaha (Y) pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di Kota Bandung adalah sebesar 19,71% tanpa melibatkan variabel lain.

Sementara pengaruh yang tidak langsung karena adanya keterkaitan dengan variabel lainnya yaitu dari variabel kecerdasan emosional (X1) melalui variabel kompetensi wirausaha (X2) terhadap variabel hasil usaha (Y) dapat dilihat pada tabel di atas yaitu sebesar 3,74%.

Total pengaruh yang kecerdasan emosional (X1) terhadap hasil usaha (Y) adalah sebesar 23.44% dengan arah positif, yang memiliki arti bahwa bahwa semakin baik kecerdasan emosional diimplementasikan maka hasil usaha yang diperoleh pelaku bisnis akan semakin maksimal.

Kecerdasan emosional yang dimiliki para pelaku bisnis *online* bisa menjadi landasan dasar dalam mewujudkan keberhasilan dalam kegiatan berbisnis. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa setiap pelaku bisnis yang ingin berhasil harus memiliki keterampilan-keterampilan berwirausaha yang baik [9].

Agar bisnis yang dijalankan berhasil, bisa dilakukan dengan siap untuk membiasakan diri dalam menghadapi segala situasi bisnis, baik situasi yang diharapkan maupun yang tidak diharapkan. Dengan memiliki bekal seperti keterampilan mengelola manajemen dalam berbisnis, pengelolaan mental dan emosi diri yang baik, motivasi diri dalam meneguhkan diri untuk fokus pada bidang bisnis yang

dijalankan, serta kreativitas dalam memanfaatkan peluang yang ada, dalam hal ini adalah pemanfaatan fitur teknologi canggih yang dimiliki oleh *smartphone*.

3.9 Pengaruh Kompetensi Wirausaha Terhadap Hasil Usaha Pelaku Bisnis *Online*

Tabel 12
Pengaruh Kompetensi Wirausaha Terhadap Hasil Usaha

Pengaruh	Rumus	Penghitungan	Hasil
X2 langsung	$(r_{yx_2})^2 \cdot 100\%$	$(0,585)^2 \times 100\%$	34,22%
X2 melalui X1	$r_{yx_2} \cdot r_{x_2x_1} \cdot r_{yx_1} \cdot 100\%$	$0,585 \times 0,144 \times 0,444 \times 100\%$	3,74%
Total pengaruh Kompetensi Wirausaha (X2) terhadap Hasil Usaha (Y)			37,96%

Sumber : Hasil pengolahan data

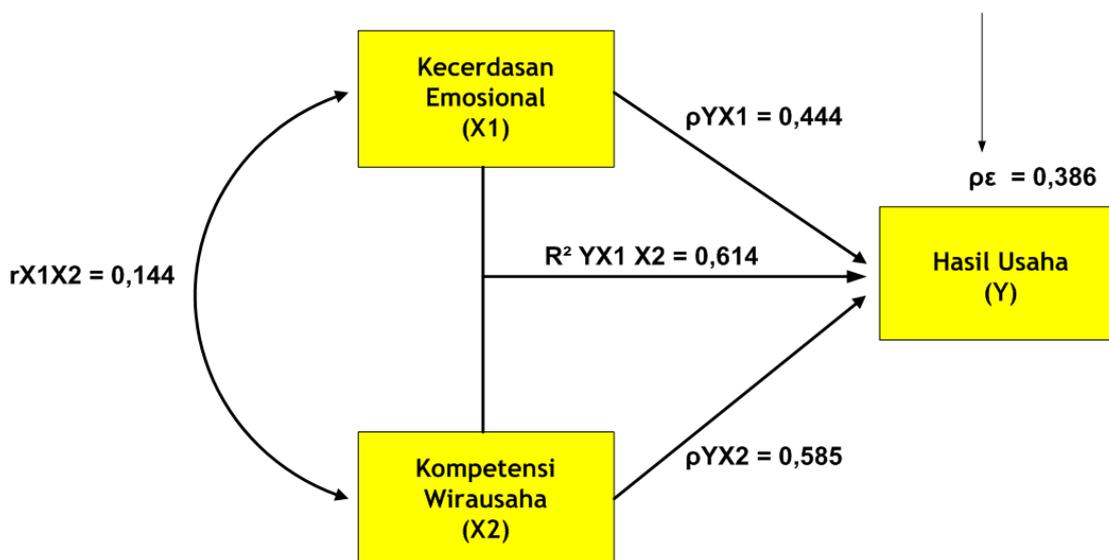
Pengaruh secara langsung kompetensi wirausaha (X2) terhadap hasil usaha (Y) pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di Kota Bandung adalah sebesar 34,22% tanpa melibatkan variabel lain.

Sementara pengaruh yang tidak langsung karena adanya keterkaitan dengan variabel lainnya yaitu dari variabel kompetensi wirausaha (X2) melalui kecerdasan emosional (X1) terhadap hasil usaha (Y) dapat dilihat pada tabel di atas yaitu sebesar 3,74%.

Secara total pengaruh kompetensi wirausaha (X2) terhadap hasil usaha (Y) pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di Kota Bandung adalah sebesar 37,96% dengan arah positif, yang memiliki arti bahwa bahwa semakin baik kompetensi wirausaha diimplementasikan maka hasil usaha yang diperoleh pelaku bisnis akan semakin maksimal.

Kompetensi berwirausaha yang dimiliki para pelaku bisnis *fashion* secara *online* tentunya akan memberikan pengaruh pada hasil usaha yang didapatkan. Sebagian besar para pebisnis tentunya akan selalu berorientasi pada hasil usaha yang semaksimal mungkin. Persaingan yang semakin ketat antar pebisnis menuntut setiap para pelaku bisnis untuk memiliki daya saing yang kuat untuk bisa bertahan dalam iklim persaingan bisnis. Dalam bersaing saat berbisnis tentunya ada resiko dan tantangan yang harus dihadapi ketika seorang pelaku bisnis ingin mencapai kesuksesan. “*Wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individual yang meliputi sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi, serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan*” [10].

Maka sejalan dengan pendapat tersebut seorang pelaku bisnis *fashion* haruslah dibekali dengan ilmu pengetahuan yang sesuai dengan bidang bisnisnya, kompetensi manajemen yang baik dalam pengelolaan bisnis, keterampilan berkomunikasi yang lancar dengan konsumen, motivasi dari dalam diri yang baik dan harus memiliki daya saing yang kuat dalam menjalankan bisnis agar lebih unggul dalam persaingan bisnis *online* yang ketat.



Bagan 2 Gambar Diagram Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Tabel 13
Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung, Pengaruh Bersama Kecerdasan Emosional Dan Kompetensi Wirausaha Mempengaruhi Secara Signifikan Terhadap Hasil Usaha Pelaku Bisnis *Online*

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh		Pengaruh Bersama (R^2_{yx1x2})
		Langsung	Total	
X1	0,444	0,444	19,71%	-
X2	0,585	0,585	34,22%	-
ϵ	0,386	0,386	38,6%	-
X1 dan X2	-	-	-	0,614 = 61,4%

Sumber : Hasil pengolahan data

Kompetensi wirausaha (X2) memiliki pengaruh lebih dominan terhadap hasil usaha (Y) jika dibandingkan pengaruh kecerdasan emosional (X1). Hal ini terlihat dari nilai koefisien jalur kompetensi wirausaha (X2) lebih besar dari koefisien jalur kecerdasan emosional (X1). Total pengaruh kecerdasan emosional (X1) dan kompetensi wirausaha (X2) terhadap hasil usaha (Y) sebesar 61.4%, pengaruh faktor lainnya yang tidak diteliti terhadap hasil usaha yaitu 38.6%.

4. SIMPULAN

Kecerdasan emosional yang dimiliki oleh pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung berada dalam kategori kurang baik. Hal tersebut di buktikan dari rata-rata jawaban pelaku bisnis yang menjawab dalam kategori kurang baik. Dari hasil penelitian, tanggapan pelaku bisnis *online* mengenai mampu untuk bangkit dalam waktu singkat dari keterpurukan dalam berbisnis secara *online* menunjukkan masih ada sebagian besar pelaku bisnis yang kurang mampu untuk bangkit dalam waktu singkat dari keterpurukan dalam berbisnis secara *online*.

Kompetensi wirausaha yang dimiliki oleh pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung berada dalam kategori kurang baik. Hal tersebut di

buktikan dari rata – rata jawaban pelaku bisnis yang menjawab dalam kategori kurang baik. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pengetahuan mengenai dasar-dasar pengelolaan bisnis secara *online* masih minim, pelaku bisnis *online* masih kurang yakin mengenai jenis usaha yang dijalankan, kurang berdisiplin dalam mengelola waktu, kurang teratur dalam mencatat pendapatan dan pengeluaran uang kas, dan peraturan kegiatan transaksi secara *online* yang masih kurang jelas.

Hasil usaha yang didapatkan oleh pelaku bisnis produk *fashion* wanita secara *online* dengan menggunakan *Smartphone* di kota Bandung berada dalam kategori kurang maksimal. Hal tersebut di buktikan dari rata – rata jawaban pelaku bisnis yang menjawab dalam kategori kurang maksimal. Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar pelaku bisnis masih kurang memaksimalkan dengan baik penggunaan fitur-fitur teknologi pada *Smartphone* dalam berbisnis secara *online*.

Pada penelitian ini diketahui bahwa kecerdasan emosional dan kompetensi wirausaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap hasil usaha baik secara simultan maupun parsial. Berdasarkan dari hasil hitungan analisis jalur (*path analysis*), nilai koefisien kompetensi wirausaha lebih besar dari kecerdasan emosional. Hal ini menunjukkan dan mempunyai makna bahwa kompetensi wirausaha yang dimiliki para pelaku bisnis *online* lebih menentukan dan berpengaruh lebih besar terhadap hasil usaha yang akan didapatkan oleh para pelaku bisnis produk *fashion* wanita di kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Verkasalo, H. (2008), Summary of the Annual Finnish Smartphone Study 2007, project report, Department of Communications and Networking, TKK Helsinki University of Technology, Finland.
- [2] Zhang, W. dan Watts, S. (2008), Online communities as communities of practice: A case study, Journal of Knowledge Management, Vol. 12, No. 4, hal. 55-71.
- [3] Habuchi, I., Dobashi, S., Tsuji, I. dan Iwata, K. (2005), Ordinary usage of new media: Internet usage via mobile phone in Japan, International Journal of Japanese Sociology, Vol. 14, No. 1, hal. 94-108.
- [4] Kannan, P. dan Krasniqi, N. (2008), Mobile Phone and Infrastructure Vulnerabilities: Summary and Analysis of Disclosed Issues 2005-2006, Thesis, University College of Borås School of Engineering.
- [5] Patton, P. 1998. Kecerdasan Emosional di Tempat Kerja, Alih Bahasa: Zaini Dahlan. Jakarta : Pustaka Delaprata.
- [6] Goleman, Daniel. 2000. Kecerdasan Emosi : Mengapa Emotional Intelligence Lebih Tinggi Daripada IQ, Alih Bahasa: T. Hermay. Jakarta: Gramedia.
- [7] Suryana. 2009. Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- [8] Umar, Husein. 2002; 2011. Metode Riset Bisnis, cetakan pertama. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [9] Suryana, Yuyus. 2010. Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- [10] Hariss, Michael. 2000. Human Resources Management Competencies. USA.