

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN USAHA
DAN PENGARUHNYA
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

**(STUDI PADA USAHA MENENGAH
INDUSTRI PENGOLAHAN DI SEMARANG)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
pada program Magister Manajemen Pascasarjana
Universitas Diponegoro**

**Oleh :
Agnes Antin Ardhani, ST
NIM C4A002003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2004**



SERTIFIKASI

Saya Agnes Antin Ardhani, ST dengan ini menyatakan bahwa tesis berjudul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN USAHA
DAN PENGARUHNYA
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

(STUDI PADA USAHA MENENGAH
INDUSTRI PENGOLAHAN DI SEMARANG)

Adalah sungguh-sungguh hasil karya saya sendiri, yang belum pernah disampaikan untuk mendapat gelar pada program Magister Manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, sehingga saya akan mempertanggungjawabkan karya saya ini.

Semarang, 12 Oktober 2004.

Agnes Antin Ardhani, ST

PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa Tesis berjudul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN USAHA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

**(STUDI PADA USAHA MENENGAH
INDUSTRI PENGOLAHAN DI SEMARANG)**

Yang disusun oleh **Agnes Antin Ardhani, ST** , NIM C4A002003

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 1 Oktober 2004
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing Utama,


Drs. Harry Susanto, MMR

Pembimbing Anggota,


Drs. Nugroho SBM, MSP

Semarang, 12 Oktober 2004

Universitas Diponegoro

Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

Ketua Program,


Prof. Dr. H. Suyudi Manguwihardjo

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Kita tahu sekarang, bahwa Allah turut bekerja dalam segala sesuatu untuk mendatangkan kebaikan bagi mereka yang mengasihi Dia, yaitu bagi mereka yang terpanggil sesuai dengan rencana Allah “

(Roma 8 : 28)

Tesis ini kupersembahkan untuk :

1. Papaku Bapak *Antonius Sutrisno* dan mamaku Ibu *MP. Irma Indang Mulyaningsih*, yang selalu mengasihi sepanjang hidupku.
2. Yang tercinta calon suamiku , *Daniel Ngantu Rahina, ST, MM* , yang senantiasa memberikan kasih setianya, inspirasi dan semangat kepadaku.

ABSTRACT

This Research check factors influencing growth of effort and its influence to company performance. This research chosen Middle Venture of Industrial Sector Processing exist in Semarang town as research object because processing type industry have compared to biggest amount other industrial type exist in Semarang with population 236 company. Middle and small industrial product which have the percentage of biggest that is 98 % from totalizing venture effort in is big scale

Problem of found on small industry in Indonesia cover entrepreneur motivation and ability in developing effort, applying of investment strategy and, problem of organizational management in company structure felt to pursue growth speed of this effort at middle industrial company, hence at this research formed by a research model representing adaptation from former research and problems of arising out field. Model which is raised in this research to test specific ability influence of entrepreneurs, entrepreneurs motivate, company structure and investment strategy to growth of this effort, and also growth influence of this effort to company performance.

This research utilized data analyzer is Structural Equation Modelling (SEM) at AMOS program 4.01. Result of data analysis show research model have as goodness and result can be proved. Result of Goodness Fit Index of Chi Square:140,355 ; Probability: 0,150 ; RMSEA:0,037;GFI:0,870;AGFI:0,820;CMIN / df:1,132 ; TLI: 0,960 ; CFI : 0,968.

Obtained conclusion that specific ability of entrepreneurs, entrepreneurs motivate, company structure and proven investment strategy have an effect on positive to growth of this effort, and growth of proven effort have an effect on positive to company performance. Limitation of research that is only conducted at medium company with certain effort area in Semarang town. Become not yet been applied at micro company and big company. And taken sample only company owner, as most have importance to in growth of company performance and company performance. Research agenda come better be done by research at other company with area of this effort more heterogeneous. Research agenda come shall involve other variable which have an effect on to growth of this effort and company performance, like environmental influence and industrial structure. So that its broader coverage.

ABSTRAKSI

Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini memilih Usaha Menengah Sektor Industri Pengolahan yang ada di kota Semarang sebagai obyek penelitian karena industri jenis pengolahan memiliki jumlah paling besar dibanding jenis industri lain yang ada di Semarang dengan populasi 236 perusahaan.. Produk industri kecil dan menengah yang memiliki prosentase terbesar yaitu 98 % dari total perusahaan di Indonesia. Dan saat ini pada penelitian-penelitian sebelumnya hanya meneliti pertumbuhan usaha dalam skala besar.

Masalah yang terdapat pada industri kecil di Indonesia meliputi kemampuan dan motivasi usahawan dalam mengembangkan usaha, penerapan strategi investasi dan, masalah manajemen organisasi dalam struktur perusahaan dirasakan menghambat lajunya pertumbuhan usaha pada perusahaan industri menengah, maka pada penelitian ini dibentuk sebuah model penelitian yang merupakan adaptasi dari penelitian terdahulu dan permasalahan yang timbul di lapangan.

Model yang diajukan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh kemampuan spesifik wirausaha, motivasi wirausaha, struktur perusahaan dan strategi investasi terhadap pertumbuhan usaha, serta pengaruh pertumbuhan usaha terhadap kinerja perusahaan.

Alat analisis data yang dipergunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) pada program AMOS 4.01. Hasil analisis data menunjukkan model penelitian memiliki kesesuaian yang baik dan hasilnya dapat dibuktikan. Hasil *Goodness of Fit Index* adalah ChiSquare:140,355; Probability:0,150 ;RMSEA:0,037; GFI:0,870; AGFI:0,820; CMIN/DF:1,132 ; TLI: 0,960 ; CFI : 0,968.

Kesimpulan yang diperoleh bahwa kemampuan spesifik wirausaha, motivasi wirausaha, struktur perusahaan dan strategi investasi terbukti berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha, dan pertumbuhan usaha terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Keterbatasan penelitian yaitu hanya dilakukan pada perusahaan-perusahaan kecil dengan bidang usaha tertentu di kota Semarang. Jadi belum diterapkan pada perusahaan menengah dan perusahaan besar. Dan sampel yang diambil hanya para pemilik perusahaan saja, sebagai pihak yang paling berkepentingan dalam pertumbuhan perusahaan dan kinerja perusahaan. Agenda penelitian mendatang sebaiknya dilakukan penelitian pada perusahaan lain dengan bidang usaha yang lebih heterogen. Agenda penelitian mendatang hendaknya mengikutsertakan variabel lain yang berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha dan kinerja perusahaan, seperti pengaruh lingkungan dan struktur industri. Sehingga cakupannya lebih luas

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Pengasih atas semua rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai tugas akhir belajar, guna memperoleh gelar S2 program studi Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang, dengan judul tesis : *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Usaha dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Usaha Menengah Industri Pengolahan di Semarang)*

Penulis dalam menyelesaikan tesis ini telah mendapatkan bantuan dan dorongan dari banyak pihak, sehingga penulis dengan segala keterbatasannya berhasil menyelesaikan tesis ini. Maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih yang tidak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof.Dr.H.Suyudi Mangunwihardjo , sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen.
2. Bapak Drs. Harry Susanto, MMR , sebagai dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk selama penyusunan tesis ini.
3. Bapak Drs. Nugroho SBM, MSP , sebagai dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk selama penyusunan tesis ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Penguji Sidang Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
5. Bapak Antonius Sutrisno dan Ibu MP.Irma Indang Mulyaningsih, sebagai orang tua yang selalu mendorongku untuk terus maju dan berkembang.

6. Adik-adikku terkasih : Lukas Sediatmo, SE , Bonifacius Arbanto, ST dan dik Rosa Nastiti Sari.
7. Keluarga besar Bapak Djoko Moeljono, SH dan Ibu Dr. Tjahyati yang telah memberikan perhatian dan dorongan dalam menyelesaikan studi ini.
8. Daniel Ngantu Rahina, ST, MM , calon teman hidupku yang tercinta, yang selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan tesis ini.
9. Keluarga besar Bapak Yohanes Sakimin Suteng Soelasmono (Janu Ismanik) dan Ibu Maria Goretti Mien Astuti, yang kehadirannya dalam hidupku telah memberi semangat untuk segera menyelesaikan tesis ini.
10. Teman-teman MM Angkatan 17, yang telah menemaniku menempuh studi.
11. Seluruh Staff Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah mendukung lancarnya penyelesaian tesis ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan dengan harapan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membaca serta membutuhkannya.

Semarang, 12 Oktober 2004.

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Sertifikasi.....	ii
Halaman Persetujuan Draft Tesis.....	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Abstract.....	v
Abstraksi.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

2.1. Konsep Dasar.....	8
2.1.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.2 Kemampuan Spesifik Wirausaha.....	13

2.1.3	Motivasi Wirausaha	20
2.1.4	Struktur Perusahaan.....	23
2.1.5	Strategi Investasi	27
2.1.6	Pertumbuhan Usaha dan Kinerja Perusahaan.....	31
2.2.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
2.3.	Dimensional Variabel.....	41
2.4.	Hipotesis dan Definisi Operasional Variabel.....	47

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Pendahuluan.....	50
3.2.	Desain Penelitian dan Obyek Penelitian.....	50
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	51
3.4.	Populasi dan Sampel.....	52
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	54
3.6.	Teknik analisis Data.....	55
3.7.	Uji Validity dan Reability.....	70

BAB IV ANALISIS DATA

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	71
4.2	Proses Pengujian dan Analisis Data	71
4.3	Pengujian Hipotesis.....	90
4.4	Kesimpulan Pengujian Hipotesis.....	93

BAB V KESIMPULAN

5.1	Pendahuluan.....	94
5.2	Kesimpulan Hipotesis.....	95
5.3	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	99
5.4	Implikasi Teoritis.....	100
5.5	Implikasi Kebijakan.....	104
5.6	Keterbatasan Penelitian.....	111
5.7	Agenda Penelitian Mendatang.....	111
	Daftar Referensi.....	112
	Daftar Kuesioner Penelitian.....	115
	Daftar Pengolahan Data Penelitian	124
	Daftar Riwayat Hidup (Curriculum Vitae).....	163

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.2	Variabel Dependen Independen.....	47
Tabel 2.3	Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 2.4	Variabel dan Dimensi Penelitian.....	49
Tabel 3.1	Daftar Jumlah Perusahaan IKM yang Menjadi Sampel.....	53
Tabel 3.2	Indeks Pengujian Kelayakan Model.....	63
Tabel 3.3	Instrumen Penelitian.....	64
Tabel 4.1	Ringkasan Hasil Perhitungan Reliabilitas dan Validitas.....	73
Tabel 4.2	Goodness of Fit Confirmatory Factor Analysis.....	75
Tabel 4.3	Regression Weights Confirmatory Factor Analysis.....	75
Tabel 4.4	Goodness of Fit Confirmatory Factor Analysis.....	76
Tabel 4.5	Regression Weights Confirmatory Factor Analysis.....	77
Tabel 4.6	Normalitas Data.....	80
Tabel 4.7	Statistika Deskriptif Univariate Outlier.....	82
Tabel 4.8	Standardized Residual Covariances.....	84
Tabel 4.9	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indeks.....	85
Tabel 4.10	Standardized Regression Weights Structural Equation Model.....	86
Tabel 4.11	Kesimpulan Pengujian Hipotesis.....	93
Tabel 5.1	Hubungan Variabel dan Teori.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
Gambar 2.2 Model dari Variabel Kemampuan Spesifik Kewirausahaan.....	41
Gambar 2.3 Model dari Variabel Motivasi Wirausaha.....	42
Gambar 2.4 Model dari Variabel Struktur Industri.....	43
Gambar 2.5 Model dari Variabel Strategi Investasi.....	44
Gambar 2.6 Model dari Variabel Pertumbuhan Usaha.....	45
Gambar 2.7 Model dari Variabel Kinerja Perusahaan.....	46
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian.....	57
Gambar 4.1 Confirmatory Factor Analysis CFA Konstruk Eksogen.....	74
Gambar 4.2 Confirmatory Factor Analysis.....	76
Gambar 4.3 Structural Equation Model.....	78

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Biro Pusat Statistik, Desember 1998 sekitar 39,8 juta pengusaha di Indonesia 99,8% adalah pengusaha kecil dan hanya 0,2% pengusaha besar. UKM menyerap 99,44 % dari jumlah tenaga kerja di Indonesia. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dipandang tepat karena ada korelasi positif antara UKM dengan pengembangan ekonomi berbasis lokal dan dari segi jumlah maupun keterkaitan dengan kesejahteraan masyarakat lebih signifikan dibanding dengan usaha-usaha besar. Pembangunan di sektor industri merupakan prioritas utama dalam pembangunan di bidang ekonomi, sebab dibandingkan dengan sektor lain sektor industri merupakan sektor yang paling strategis.

Secara pendekatan sektoral UKM di bidang industri diistilahkan dengan Industri Kecil dan Menengah (IKM) diklasifikasikan berdasarkan jumlah karyawan yaitu Usaha Rumahtangga antara 1-4 orang, antara 5-19 Usaha Kecil, antara 20-99 orang Usaha Menengah dan lebih dari 100 orang adalah Usaha Besar. Batasan yang ditetapkan Departemen Perindustrian dan Perdagangan untuk besarnya modal usaha diluar nilai bangunan dan tanah bagi Industri Rumah Tangga < Rp Rp 50 juta, Industri Kecil antara Rp 50 juta – Rp 600 juta, Industri Menengah antara Rp 600 juta – Rp 1 milyar, Industri Besar > Rp 1 milyar. Masalah-masalah yang dihadapi UKM selama ini adalah :

- **Akses pasar,** Untuk sementara UKM yang mengandalkan pasar domestik relatif sedikit menghadapi masalah dibanding yang berorientasi ekspor. Tapi akses pasar global menjadi sangat penting ketika pasar domestik pun juga akan diserbu oleh berbagai produk barang maupun jasa dari luar negeri. Kelemahan umum dari rendahnya akses pasar antara lain karena kurang dikembangkannya strategi pemasaran yang baik. Misalnya rendahnya kesadaran pengorbanan untuk berpromosi. Demikian juga pengembangan jalur distribusi, sistem pergudangan dan masih banyak lagi. Pada umumnya mereka belum siap dengan konsep pengembangan menuju skala bisnis yang lebih besar. Dalam hal pemasaran yang sering terjadi adalah kelemahan dalam posisi tawar karena rendahnya akses dan jaringan. Akibatnya margin UKM semakin tipis yang pada gilirannya akan menyulitkan perkembangan modal. Maka peranan broker, pedagang pengumpul, perantara dan lain-lain menjadi demikian penting.. Selain itu tidak ada unique positioning, tidak ada isu keaslian/otensitas, kurangnya pemahaman esensi merek. Pasar tidak bersegmen secara sistematis, sehingga mengandalkan sistem coba-salah, Permasalahan yang dihadapi UKM (Sembada, Genia,2002,p.15) :
- **Manajemen dan organisasi,** kelemahan manajerial dan pengembangan organisasi dapat dilihat dari aspek internal maupun eksternal. Dalam lingkup internal, kelemahan manajemen terkait dengan kelemahan SDM dan juga pengembangan sistem manajemen. Tidak mampu mengenali dan mengantisipasi perubahan(termasuk selera pasar), tidak mempunyai service attitude (semangat pelayanan) dan rendahnya semangat belajar keahlian-keahlian baru. Tidak ada upaya pembelajaran yang kontinyu,pemuktahiran keahlian dan tidak ada

regenerasi sistematis. Sedangkan dalam lingkup eksternal, kekurangan terlihat pada pengembangan network atau jaringan termasuk kerjasama dalam pemasaran dan pengembangan produk.

- **Operasional**, kekurangan ketrampilan teknis, kurangnya kendali mutu, buruknya kemampuan dasar dalam operasi rutin seperti penyajian, kebersihan dan kesehatan produk, pengemasan, pengepakan dan pengawetan (usaha makanan), dasar pemahaman gambar teknik, kalkulasi material dan biaya serta proses produksi dalam rangka efisiensi (usaha perbengkelan), tidak ada pemahaman estetika desain, bahan maupun kualitas.

Kendala utama UKM/IKM adalah pada bidang pemasaran, terutama dalam persaingan usaha. Urutan 4 besar permasalahan UKM (Huang & Brown ,2000,p.73-83) yaitu :

- Pemasaran (riset pasar, penurunan penjualan, distribusi, promosi, perubahan pasar dan peningkatan kompetisi)
- HRD (rekrutmen,turnover, kepuasan,peningkatan kualitas karyawan dan pelatihan)
- Manajemen (masalah administrasi, manajemen pertumbuhan, perencanaan dan pembagian kerja)
- Manajemen produksi (material,kualitas, kapasitas produksi dan teknologi)

Usaha kecil dan menengah di sektor manufaktur tercatat pada tahun 1997 sampai 2000 ,mengalami pertumbuhan rata-rata tertinggi yaitu 11,7% / th bila dibandingkan sektor usaha kecil lainnya (sumber Mennekop & PKM dan

BPS,2000), kinerja ekspor dari sektor industri tercatat paling tinggi sebesar 85 % pada tahun 2000.

Pertumbuhan daya saing adalah kunci peningkatan pendapatan industri kecil dan menengah. Alokasi dana sebagian besar perusahaan adalah untuk membeli bahan baku yang kadang harus impor, teknologi sedikit dan belanja untuk R&D tidak ada samasekali. Unsur riset dan pengembangan produk sering menjadi kendala bagi industri kecil dan menengah. (Widananto,2002 ,p.48)

James J.Chrisman, Alan Bauerschmidt dan Charles W.Hofer (1999,p.5-29) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kinerja suatu usaha dipengaruhi oleh 3 buah atribut yaitu faktor usahawan, struktur industri dan strategi bisnis. Sedangkan pertumbuhan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan untuk bertahan dan pengalaman industrialnya (Hamilton dan Lawrence,Vol.19,p.49-60). Motivasi dan kemampuan spesifik usahawan dan strategi persaingan perusahaan juga mempengaruhi tingkat pertumbuhan usaha (Chrisman, Bauerschmidt& Hofer, 1998,p.5-29) Salah satu yang mendukung kinerja usaha adalah pertumbuhan usaha, karena penelitian tentang kewirausahaan menunjukkan bahwa pertumbuhan sebagai indikator sukses dalam usaha (Covin & Slevin,1997; Low & MacMilan,1988). Menurut John B.Miner dan Norman R. Smith (1989,p.554-560) bahwa ukuran dari pertumbuhan suatu usaha ada 2, yaitu pertumbuhan jumlah karyawan dan pertumbuhan penjualan tiap tahunnya.

Sementara Robert, Edwin dan Ken (2001,p.292-303) dalam penelitian mereka mengatakan bahwa semakin besar kemampuan spesifik wirausaha,motivasi wirausaha,kemampuan bertahan dan proaktivitas wirausaha maka tingkat

pertumbuhan usaha akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian Bernice dan Meredith (1997,p.37-64) yang mengatakan bahwa keoptimisan dan strategi proaktif dari wirausaha mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Kemampuan manajerial dan sumber daya dari perusahaan juga sangat berhubungan erat dengan start-up kinerja perusahaan (Chandler dan Hanks,1994,p.77-89)

Kinerja dari perusahaan memiliki hubungan erat dengan tingkat sumber daya perusahaan dan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Voss dan Giraud Voss, 2000,p.67-83). Pada penelitian Grewal dan Tansuhaj (2001,p.67-80) juga mengatakan bahwa fleksibilitas strategi, kestabilan permintaan dan teknologi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan besarnya tingkat investasi pada R&D, pemasaran,modal dan fasilitas produksi akan berpengaruh terhadap kinerja jangka panjang produk dan produktivitas perusahaan, sehingga akan mempengaruhi jumlah omzet yang dapat diraih, pangsa pasar dan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Green,Barclay dan Ryan,1995,p.1-16), (Li dan Calantone,1998,p.13-29) dan (Hill dan Snell,1989,p.25-46). Efisiensi perusahaan juga mempunyai hubungan positif dengan luasnya pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan (Pan,Li dan Tse, 1999,p.81-104)

Penelitian ini memilih Usaha Menengah Sektor Industri Pengolahan yang ada di Semarang sebagai obyek penelitian. Produk industri kecil dan menengah memiliki prosentase terbesar yaitu 98 % dari total perusahaan di Indonesia. Dan saat ini pada penelitian-penelitian sebelumnya hanya meneliti pertumbuhan usaha dalam skala besar, sehingga riset ini akan meneliti pertumbuhan usaha dalam skala kecil pada sebuah kota industri di negara berkembang. Dipilihnya Usaha Menengah Sektor

Industri Pengolahan karena industri jenis pengolahan memiliki jumlah paling besar dibanding jenis industri lain yang ada di kota Semarang dimana Semarang sebagai kota industri di Jawa Tengah.

1.2 Perumusan Masalah

Motivasi dan kemampuan spesifik wirausaha dan strategi persaingan perusahaan juga mempengaruhi tingkat pertumbuhan usaha (Chrisman, Bauerschmidt & Hofer, 1999) Salah satu yang mendukung kinerja usaha adalah pertumbuhan usaha, karena penelitian tentang kewirausahaan menunjukkan bahwa pertumbuhan sebagai indikator sukses dalam usaha (Covin & Slevin, 1997; Low & MacMilan, 1988). Masalah-masalah yang terdapat pada industri kecil di Indonesia meliputi kemampuan dan motivasi usahawan dalam mengembangkan usaha, penerapan strategi investasi dan, masalah manajemen organisasi dalam struktur perusahaan dirasakan menghambat lajunya pertumbuhan usaha pada perusahaan industri menengah, maka pada penelitian ini dibentuk sebuah model penelitian yang merupakan adaptasi dari penelitian-penelitian terdahulu dan permasalahan yang timbul di lapangan. Beberapa variabel yang dipergunakan adalah kemampuan spesifik wirausaha, motivasi, struktur perusahaan dan strategi investasi. Penelitian ini menjadikan usaha menengah industri pengolahan sebagai obyek penelitian. Berlatar belakang masalah diatas, maka dirumuskan sebuah penelitian yang diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kemampuan spesifik wirausaha dan motivasi wirausaha industri menengah terhadap pertumbuhan usahanya ?

2. Bagaimana faktor struktur perusahaan dan strategi investasi industri menengah dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha yang mendukung kinerja perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kemampuan spesifik wirausaha, terhadap pertumbuhan usaha yang mendukung kinerja perusahaan industri menengah.
2. Untuk menganalisis pengaruh motivasi wirausaha, terhadap pertumbuhan usaha yang mendukung kinerja perusahaan industri menengah.
3. Untuk menganalisis pengaruh strategi investasi terhadap pertumbuhan usaha yang mendukung kinerja perusahaan industri menengah.
4. Untuk menganalisis pengaruh struktur perusahaan terhadap pertumbuhan usaha yang mendukung kinerja perusahaan industri menengah.
5. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pertumbuhan usaha terhadap kinerja perusahaan industri menengah.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai sarana penelitian mengenai pengaruh kemampuan spesifik wirausaha, motivasi wirausaha, strategi investasi dan struktur perusahaan terhadap pertumbuhan usaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Sebagai pengembangan pengetahuan bagi kalangan akademisi dan pengusaha dalam meningkatkan pertumbuhan usaha dan kinerja perusahaannya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

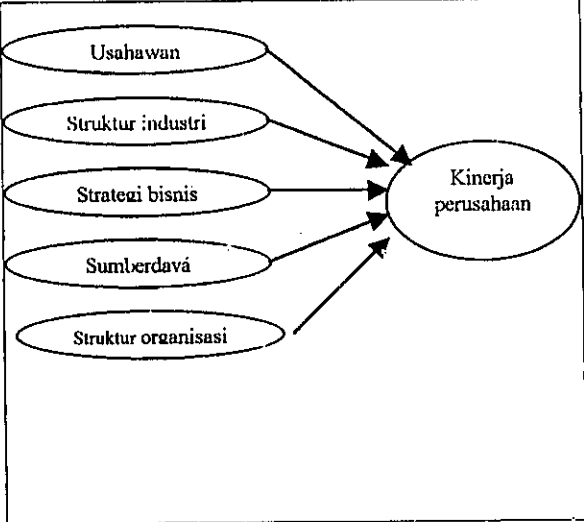
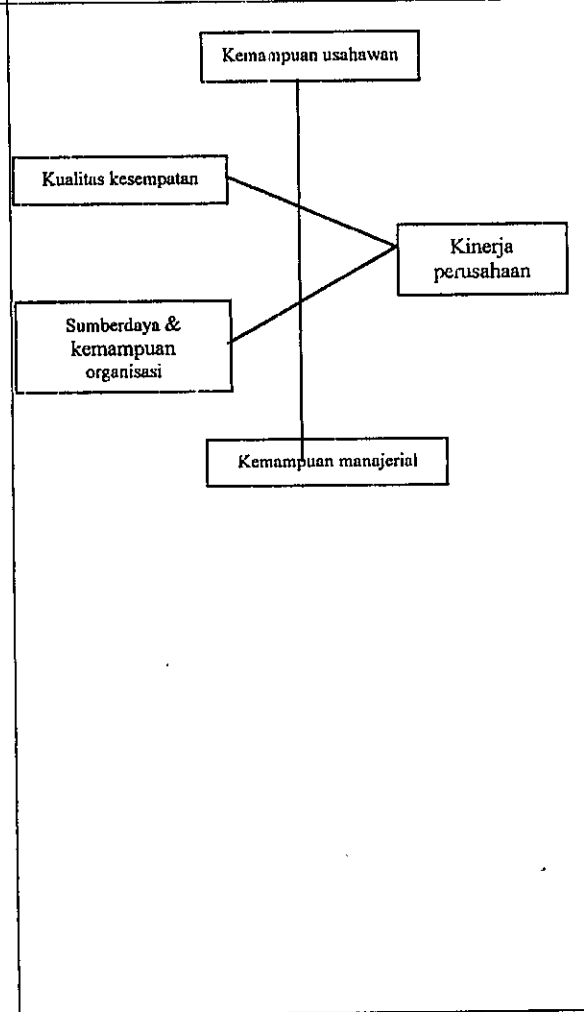
2.1 Konsep Dasar

Untuk sementara UKM yang mengandalkan pasar domestik relatif sedikit menghadapi masalah dibanding yang berorientasi ekspor. Tapi akses pasar global menjadi sangat penting ketika pasar domestik pun juga akan diserbu oleh berbagai produk barang maupun jasa dari luar negeri. Kelemahan umum dari rendahnya akses pasar antara lain karena kurang dikembangkannya strategi pemasaran yang baik. Dengan meningkatkan pertumbuhan usaha dari UKM maka diharapkan kinerja UKM dapat meningkat sehingga ikut serta memperbaiki perekonomian nasional.

2.2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL, PENELITIAN & PUBLIKASI	STUDI PENELITIAN	ALAT ANALISIS	KERANGKA PIKIR	HASIL
1.	<p>“A Multidimensional Model Of Venture Growth”, Baum, J, Robert, Locke Edwin & Smith Ken, Academy of Management Journal 2001, Vol.44, No.2, p. 292-303.</p>	<p>Meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha pada 307 perusahaan industri mebel dan kerajinan kayu.</p>	SEM	<pre> graph LR Ciri --> PertumbuhanUsaha KemampuanGeneral[Kemampuan general] --> PertumbuhanUsaha KemampuanSpesifik[Kemampuan spesifik] --> PertumbuhanUsaha Motivasi --> PertumbuhanUsaha StrategiKompetitif[Strategi kompetitif] --> PertumbuhanUsaha Linakunaan --> PertumbuhanUsaha Ukuran --> PertumbuhanUsaha </pre>	<p>Kemampuan spesifik, motivasi dan strategi kompetitif adalah yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha.</p>

2.	<p>“The Determinants of New Venture Performance : an Extended Model”, James J.Chrisman, alan Bauerschmidt, Charles W.Hofer. Entrepreneurship Theory and Practice, Fall 1998, p.5-29.</p>	<p>Meneliti tentang formasi dari usaha baru yang menjadi studi kasus khusus dari teori strategi manajemen</p>		 <pre> graph LR A(Usahawan) --> D(Kinerja perusahaan) B(Struktur industri) --> D C(Strategi bisnis) --> D E(Sumberdaya) --> D F(Struktur organisasi) --> D </pre>	<p>Faktor usahawan, struktur industri, strategi bisnis, keberadaan sumber daya dan struktur organisasi sangat mempengaruhi kinerja perusahaan.</p>
3.	<p>“Founder Competence, the Environment, and Venture Performance”, Gaylen N.Chandler, Steven H.Hanks. Entrepreneurship Theory and Practice, Spring, 1994, p. 77-89</p>	<p>Meneliti tentang peran pendiri perusahaan, lingkungan usaha dan kinerja usaha pada 155 perusahaan industri di Pennsylvania.</p>	<p>Regresi</p>	 <pre> graph LR A[Kemampuan usahawan] --> D(Kinerja perusahaan) B[Kemampuan manajerial] --> D C[Kualitas kesempatan] --> D E[Sumberdaya & kemampuan organisasi] --> D </pre>	<p>Kemampuan sumber daya, mutu dari kesempatan, dan kemampuan usahawan secara langsung berhubungan dengan pertumbuhan perusahaan dan volume bisnis.</p> <p>Kemampuan usahawan dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan pengumpulan sumber daya secara langsung dihubungkan dengan kinerja perusahaan.</p>
4.	<p>Technical Entrepreneurship, Strategy and</p>	<p>Meneliti tentang pengaruh kemampuan</p>	<p>Kombinasi dari kode</p>		<p>Derajat tingkat kemampuan manajemen</p>

	<p>Experience, Evans Dylan Jones International Small Business Journal, Vol.14, No.3, p.15-39.</p>	<p>teknikal usahawan pada perusahaan kecil di Inggris terhadap kesuksesan usaha.</p>	<p>tradisional dan metode reduksi data</p>	<pre> graph TD A([Umur perusahaan]) --> D([Latar belakang teknikal usahawan]) B([Ukuran perusahaan]) --> D C([Teknologi baru]) --> D D --> E([Penyusunan strategi & manajemen pada perusahaan kecil]) </pre>	<p>sebelumnya yang mempengaruhi kelemahan dan kekuatan usaha, dan pengalaman teknologi yang sebelumnya menentukan strategi usaha jangka panjang.</p>
<p>5.</p>	<p>Beyond Social Capital : How Social Skills can Enhance Entrepreneurs' Success, Baron Robert dan Markman Gideon, Academy of Management Executive, 2000 Vol. 14, No.1, p.106-116.</p>	<p>Meneliti tentang kemampuan social usahawan yang berpengaruh pada kesuksesan usahawan dalam menjalankan usahanya.</p>		<pre> graph TD A([Tingginya tingkat kemampuan sosial]) --> B[Reaksi positif dari tiap bagian] A --> C[jaringan sosial yang diluaskakan akan meningkatkan reputasi] B --> D[Peningkatan pertimbangan dan keputusan usahawan] D --> E[Kemampuan untuk membentuk persekutuan bisnis yg sukses] D --> F[Peningkatan kinerja pokok (melayani pelanggan, merekrut karyawan dan meningkatkan modal)] D --> G[Membangun relasi antar peadir] E --> H([Meningkatkan kesuksesan usahawan]) F --> H G --> I[Peningkatan modal sosial] I --> H C --> I </pre>	<p>Suatu keterampilan sosial yang sempurna dapat membuktikan pengaruh baik bagi wirausaha dalam interaksi antara wirausaha dan banyak para orang diluar perusahaan. Interaksi efektif dapat membantu wirausaha dalam hubungan efektif dalam memperoleh mitra dan membantu wirausaha didalam menetapkan persekutuan bisnis yang sangat bernilai terhadap suksesnya usahanya.</p>

6.	<p>Longitudinal Study of the Impact of market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance, Pelham & Wilson, 1996, A, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 24, No.1, p. 27-43.</p>	<p>Meneliti dampak dari struktur pasar, struktur perusahaan, strategi orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan kecil.</p>	<p>Regresi</p>	<pre> graph TD LP[Lingkungan Pasar] --> S[Strategi] LP --> SO[Struktur organisasi] LP --> OP[Orientasi Pasar] S <--> SO S --> OP SO --> OP OP --> KPR[Kualitas produk yang relatif] KPR --> SPB[Sukses produk baru] SPB --> PSH[Pertumbuhan / share] PSH --> KEM[Kemampulabaan] LP --> SPB LP --> PSH LP --> KEM SO --> SPB SO --> PSH SO --> KEM </pre>	<p>Perusahaan kecil yang bergeser pada suatu strategi biaya rendah sebagai jawaban atas penetapan harga kompetitif yang menekan dapat dilihat peningkatan pangsa pasar dalam jangka pendek, tetapi penekanan kuat pada strategi ini tidak mempengaruhi profitabilitas atau kinerja jangka panjang. Pimpinan perusahaan kecil harus meningkatkan formalitas di dalam pengambilan keputusan dan implementasi, dan suatu strategi differensiasi / inovasi perlu untuk meningkatkan sukses produksi baru yang secara langsung dan secara tidak langsung</p>
----	---	--	----------------	---	---

					sampai pada tingkat orientasi pasar yang lebih tinggi
7.	<p>Entry Strategy and Long-Term Performance : Conceptualization and Empirical Examination, Green, Barclay dan Ryans, Journal of Marketing, Vol.59, Oktober 1995, p.10.</p>	<p>Meneliti tentang strategi masuk dan kinerja jangka panjang perusahaan.</p>	<p>Regresi</p>	<pre> graph TD A(Karakteristik pasar produk) --> B(Waktu masuk) A --> C(Kinerja) D(Sumber keuntungan) --> E(Area dan besarnya Investasi) D --> F(Posisi kompetitif) B --> C E --> C F --> C </pre>	<p>Ditemukan bahwa dengan nilai investasi yang lebih tinggi mengakibatkan penguasaan pasar dan rasio laba modal yang lebih tinggi pula. Sehingga dengan nilai investasi yang semakin tinggi terutama di area yang kompetitif maka akan sangat berpengaruh dengan kinerja jangka panjang suatu produk. Dan adanya hubungan yang positif antara besarnya keuntungan dengan pemilihan waktu masuk yang tepat.</p>

8.	<p>“Effect of Ownership Structure and Control on Corporate Productivity”, Charles W.L.Hill & Scott A. Snell, Academy of Management Journal 1989, Vol.32, No.1, p.25-46.</p>	<p>Meneliti tentang efek dari struktur pemilik terhadap produktivitas perusahaan, investasi R&D dan intensitas modal</p>	<p>Regresi</p>	<pre> graph TD A[Konsentrasi stok] --> B[Diversifikasi yang berhubungan] A --> C[Diversifikasi yang tidak berhubungan] A --> D[Manajemen biaya] A --> E[Intensitas modal] D --> F[Manajemen biaya] F --> G[Pembelajaan R&D tiap karyawan] G --> H[Produktivitas perusahaan] B --> H C --> H E --> H </pre>	<p>Ditemukan pentingnya intensitas modal dan investasi didalam R&D bagi perusahaan dalam meningkatkan produktivitasnya. Peran usahawan sangat besar dalam penentuan intensitas modal dan strategi perusahaan.</p>
----	--	--	----------------	--	---

2.1.2 Kemampuan Spesifik Wirausaha

Kemampuan individu di sini mengacu pada karakteristik individu seperti pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang spesifik. Teori pencapaian tingkat kinerja, menurut Boyatzis (1982) tingkat kinerja pada umumnya berhubungan dengan kemampuan organisasi (ketrampilan presentasi lisan, kemampuan pengambilan keputusan, kemampuan mengkonsep, penggunaan konsep diagnostik, dan penggunaan kekuasaan) dan kemampuan spesifik (kecakapan teknis dan ketrampilan industri). Studi kewiraswastaan sudah semakin berkembang, misalnya seperti Teori Kepemimpinan manajemen yang dikemukakan oleh Boyatzis's (Bird, 1989; Chandler & Jansen, 1992; Herron & Robinson, 1990); bagaimanapun juga pengenalan kesempatan sebagai suatu ketrampilan wirausaha pada umumnya dan kemampuan organisasi dapat dikombinasikan menjadi "keterampilan managerial" (Chandler & Jansen, 1992).

Seorang wirausaha harus mengerti tentang lingkungannya, dapat memilih peluang, dan merumuskan strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang itu (Mintzberg 1982). Untuk berfungsi secara efektif dalam peran ini memerlukan kemampuan untuk mengenali dan mengambil keuntungan dari kesempatan yang ada. Kemampuan ini dikenal sebagai inti dari kewiraswastaan (Timmons, Muzyka, Stevenson & Bygrave, 1987) dan ini tergantung pengetahuan wirausaha tentang pasar (Macmillan, Siegel,& Subba Narisimba, 1985). Wirausaha harus berhubungan dengan lingkungan untuk memperoleh dan menggunakan sumber daya. Wirausaha harus mengembangkan program, anggaran, prosedur, mengevaluasi kinerja, dan melaksanakan tugas yang penting untuk menerapkan strategi (Wheelen & Hunger, 1989). Wirausaha untuk berkompeten dengan peran managerial . Mereka harus menguasai kemampuan mental untuk mengkoordinir suatu aktivitas dan minat organisasi (Pavett & Lau, 1983; Schein, 1987). Wirausaha yang akan bekerja dengan memahami, dan memotivasi orang lain untuk bertindak adalah suatu cara synergistic yang sama dengan tujuan organisasi, baik secara individu dan dalam kelompok (Hofer & Sandberg, 1987; Pavett& Lau, 1983). Kemampuan kepemimpinan bisnis wirausaha ditunjukkan oleh suatu ukuran penting didalam usaha kapitalis yang mendukung suatu keputusan (Macmillan, Siegel & Subba Narisimha, 1985). Menurut Ibrahim dan Goodwin (1987) kemampuan untuk mendelegasikan, mengatur pelanggan , hubungan dengan pegawai, dan berlatih ketrampilan hubungan antar pribadi dirasa sama pentingnya bagi suksesnya suatu usaha. Hal ini disebut sebagai kemampuan / wewenang managerial. (Chandler dan Hanks, 1994,p. 78)

Kemampuan manajerial wirausaha sangat berhubungan dengan kinerja perusahaan.

Kemampuan dan kinerja dari wirausaha sangat bermanfaat untuk menghadapi beberapa kondisi sebagai berikut :

- Saat menghadapi peristiwa yang peristiwa kritis.
- Digunakan sebagai suatu alat pengembangan diri.
- Usahawan sedang bekerja di tempat asing atau menguasai keterampilan jarang
- Digunakan untuk membedakan dimensi kinerja dan kemampuan .

Kemampuan wirausaha diukur oleh 6 hal (Chandler& Hanks,1994,p.83), yaitu :

- Dapat mengerti kebutuhan konsumen yang saat ini belum pernah ditemukan.
- Menyediakan energi dan waktu untuk mencari produk atau jasa yang akan menyediakan manfaat riil bagi pelangganku
- Dapat mengidentifikasi barang-barang dan jasa yang orang-orang inginkan.
- Dapat menemukan peluang bisnis yang besar.
- Mempunyai kemampuan internal yang kuat untuk menyelami penyelesaian usaha.
- Kemampuan teknis yang besar untuk mengembangkan barang-barang dan jasa .

Kemampuan managerial juga diukur penggunaan suatu 6 hal (Chandler & Hanks,1994,p.83), yaitu :

- Keputusan alokasi sumber daya dengan hasil yang maksimum.
- Tingkat keberhasilan mengatur dan memotivasi karyawan.
- Mengorganisir sumber daya dan mengkoordinir tugas.
- Kemampuan untuk mensupervisi, mempengaruhi, dan memimpin karyawan.

- Kemampuan untuk mendelegasikan secara efektif.
- Kemampuan untuk memelihara dan menjalankan organisasi.

Kemampuan sumber daya, mutu dari kesempatan, dan kemampuan wirausaha secara langsung berhubungan dengan pertumbuhan perusahaan dan volume bisnis. Kemampuan wirausaha dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan pengumpulan sumber daya secara langsung dihubungkan dengan kinerja perusahaan. (Chandler dan Hanks, 1994, p.86)

Pengalaman teknis wirausaha sangat berpengaruh pada sukses akhir dari perusahaan (Cooper, 1971, Braden, 1977; Stuart dan Abetti, 1988; Roberts, 1991). Tingkat derajat keahlian teknis wirausaha membawa dampak pada usaha mereka. Dalam banyak kesempatan, ini akan membentuk manfaat kompetisi yang utama pada bisnis yang kecil. Pengalaman teknis dan akademis wirausaha dan kemampuan mereka untuk mengatur suatu perusahaan komersil sampai pada pertumbuhan perusahaan (Schrage, 1965). Derajat tingkat kemampuan teknis dan pengalaman manajemen mempengaruhi manajemen orientasi strategis perusahaan kecil, khususnya ke arah pertumbuhan. (Jones-Evans, vol.14, p.16)

Melalui suatu penilaian kualitatif tentang pengalaman wirausaha dapat digolongkan dalam 4 kategori (Jones-Evans, vol.14, p.20), yaitu :

- Usahawan “peneliti” : pengetahuan akademis mengorientasikan latar belakang kelembagaan: Usahawan “peneliti” telah dilibatkan secara ilmiah dalam pengembangan teknis, seperti pada suatu tingkatan akademis dalam suatu penetapan bidang pendidikan lebih tinggi, atau di dalam suatu laboratorium riset

tidak komersil (seperti bekerja untuk suatu badan pemerintah). Penggolongan ini adalah sangat dekat dengan Samsom dan Gurdon'S (1990) definisi wirausaha yang akademis.

- Usahawan' Produsen' : latar belakang organisasi industri melibatkan dengan produksin dan pengembangan teknologi: Usahawan' Produsen' memiliki latar belakang organisasi di mana usahawan telah dilibatkan dalam produksi komersil yang langsung dalam pengembangan suatu produk atau proses, pada umumnya di dalam suatu organisasi besar.
- Usahawan “pemakai” : latar belakang organisasi industri dengan pengalaman teknologi, yang penjualan teknis atau pen;dukungan servicev. Penggolongan yang ketiga adalah usahawan teknis. Ini latar belakang individu menjadi suatu dukungan dalam pengembangan teknologi (sebagai contoh, pemasaran atau penjualan teknis). Mungkin telah dilibatkan sebagai suatu pemakai akhir didalam aplikasi teknologi atau produk spesifik jugadi dalam dukungan pelayanan seperti pendukung teknis, tetapi tanpa keterlibatan langsung dalam pengembangan teknologi yang nyata.
- Usahawan “opportunistis”: tidak ada latar belakang teknis industri apapun juga. Usahawan “opportunistis” yang telah mengenali suatu kesempatan berdasarkan teknologi, tetapi tidak punya pengalaman teknis.

Usahawan “peneliti” akan cenderung untuk mempunyai kemampuan teknis tinggi tetapi kemampuan managerialnya rendah (kecuali manajemen proyek R&D) , sedangkan usahawan “ produsen” akan mempunyai kemampuan manajemen dan kemampuan teknis. Pada sisi lain, usahawan “ pemakai” memiliki kemampuan teknis

rendah tetapi kemampuan manajemen secara relatif tinggi. Usahawan “oportunis” akan mempunyai kemampuan manajemen maupun kemampuan teknis yang rendah, walaupun beberapa usahawan mempunyai keterampilan manajemen yang spesifik didalam memasarkan dan keuangan, tetapi akhirnya sebagian dari usahawan tersebut meninggalkan bisnis mereka (Jones-Evans, vol.14, p.20). Derajat tingkat kemampuan manajemen sebelumnya yang mempengaruhi kelemahan dan kekuatan usaha, dan pengalaman teknologi yang sebelumnya menentukan strategi usaha jangka panjang. (Rothwell dan Zegveld, 1985 dalam Jones-Evans, vol.14, p.34)

Kemampuan sosial wirausaha sangat membantu untuk saling berhubungan secara efektif dengan wirausaha yang lain, dan juga berperan dalam kesuksesan usaha. Modal sosial yang lebih tinggi , membangun pada suatu reputasi baik, relevan dengan pengalaman sebelumnya, dan mengarahkan kontak pribadi, sering membantu usahawan didalam memperoleh akses untuk usaha , memperoleh saluran distribusi dan memperoleh pelanggan potensial. Ketrampilan sosial yang spesifik. seperti kemampuan untuk membaca orang yang lain dengan teliti, membuat kesan pertama yang baik, menyesuaikan diri dengan situasi sosial, dan membujuk, akan mempengaruhi mutu dari interaksi. Lebih dari itu, akan membantu wirausaha memperluas jaringan pribadi mereka, ketrampilan sosial boleh juga berperan untuk modal sosial mereka. (Baron & Markman, 2000, p.106) .Modal sosial dapat dipandang sebagai suatu asset ketrampilan didalam saling berinteraksi dengan orang lain yang merupakan satu faktor yang mempengaruhi tingkat kesuksesan usaha.

Kemampuan sosial dalam beradaptasi melibatkan kemampuan untuk melakukan penyesuaian bagi suatu cakupan luas tentang situasi sosial dan untuk

tetap merasa nyaman dengan individu dari latar belakang yang berbeda. Wirausaha dengan kemampuan yang tinggi dalam beradaptasi sosial bisa bertemu dengan hampir semua orang dan tentang alasan apapun, dapat memperkenalkan diri mereka ke orang asing, dan siap melakukan penyesuaian pada suatu cakupan luas tentang situasi sosial baru (Baron & Markman, 2000, p.109) Keterampilan sosial yang berpotensi dalam suksesnya wirausaha :

- Persepsi sosial, adalah kemampuan untuk merasa teliti, alasan, dan tujuan dari dari yang lain (contoh: membuat presentasi ke investor dan pelanggan, menarik dan memilih mitra dan karyawan, melaksanakan negosiasi)
- Manajemen kesan, adalah taktik merancang untuk memberi suatu kesan pertama yang baik dari orang lain(contoh : perolehan pembiayaan, menarik karyawan kunci, berhadapan dengan pelanggan dan para penyalur)
- Bujukan dan pengaruh sosial, adalah kemampuan untuk merubah sikap dan perilaku dalam arah yang diinginkan (contoh: perolehan pembiayaan, merekrut karyawan kunci, berhadapan dengan pelanggan dan para penyalur, melaksanakan negosiasi)
- Kemampuan beradaptasi sosial, adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri untuk merasa nyaman dalam suatu cakupan luas dari situasi social (contoh : hubungan bisnis dengan orang asing dan bekerjasama dengan orang-orang dengan latar belakang yang berbeda.

Suatu keterampilan sosial yang sempurna dapat membuktikan pengaruh baik bagi wirausaha dalam interaksi antara wirausaha dan banyak para orang diluar perusahaan. Interaksi efektif dapat membantu wirausaha dalam hubungan efektif

dalam memperoleh mitra dan membantu wirausaha didalam menetapkan persekutuan bisnis yang sangat bernilai terhadap suksesnya usaha mereka (Baron & Markman, 2000, p.110).

H1= Semakin besar kemampuan spesifik wirausaha maka akan semakin besar pertumbuhan usaha yang dicapai.

2.1.3 Motivasi Wirausaha

Keinginan wirausaha untuk belajar memiliki suatu visi, keberhasilan pertumbuhan usaha, dan keyakinan diri sebagai konsep motivasi. Hal ini disebabkan bahwa (1) ketiga konsep ini sudah menunjukkan hubungan yang penting dalam keberhasilan bisnis dan (2) ahli teori kewiraswastaan sudah menunjuk pentingnya visi, tujuan keberhasilan bisnis, dan kepercayaan diri untuk perencanaan dan kinerja usaha (Bird, 1989; Low & Macmillan, 1988). Visi adalah suatu inti dari motivasi dalam suatu kepemimpinan yang karismatik, ini merupakan suatu teori kepemimpinan (Bass, 1990). Telah ditemukan bahwa rasa percaya diri wirausaha (Bandura, 1986) dalam hubungan dengan kemampuan mereka untuk memulai dan menumbuhkan usaha mereka dihubungkan dengan kinerja usaha (Chandler & Jansen, 1992)

Perilaku manusia ditimbulkan atau dimulai dengan adanya motivasi. Banyak ahli psikologi yang memakai istilah yang berbeda – beda dalam menyebutkan sesuatu yang menimbulkan perilaku tersebut. Menurut Venardi (1994:98) ‘motivasi ada yang menyebut sebagi motivasi atau motif, kebutuhan (need), desakan (urget), keinginan (wish), dan dorongan (drive).

Soekanto Reksohadiprojo (1990:258) mendefinisikan motivasi sebagai keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan- kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi yang ada pada seseorang akan mewujudkan sasaran kepuasan. Moekijat (1992:10) mengemukakan bahwa motivasi merupakan proses atau faktor yang mendorong orang untuk bertindak atau berperilaku dengan cara tertentu. Proses motivasi mencakup tiga hal yaitu : pengenalan dan penelitian kebutuhan yang belum terpuaskan, penentuan tujuan yang akan menentukan kepuasan serta penentuan tindakan yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan. Dalam hal ini wirausaha memiliki kebutuhan untuk memajukan usaha sehingga memperoleh tingkat pertumbuhan usaha yang semaksimal mungkin.

Kemampuan diri sendiri untuk menaksir keefektifannya adalah inti kepercayaan individu terhadap pribadi mereka " kemampuan untuk mengerahkan motivasi , sumber daya, dan tindakan yang memerlukan latihan mengendalikan atas peristiwa di dalam hidup mereka" (Wood & Bandura, 1989, p. 364). Pada akhirnya keefektifan pribadi dari wirausaha akan mempengaruhi lingkungan yang mereka pilih dan mereka ciptakan seperti halnya kinerja dan ketekunan mereka. Persepsi atas kemampuan memberikan motivasi untuk mulai membangun perusahaan. (Chandler & Hanks,1994,p.78)

Motivasi tugas memperlihatkan suatu hubungan substansiil dengan index pertumbuhan perusahaan, juga membedakan antara wirausaha dan non wirausaha. Motivasi untuk mendapatkan penghargaan keuangan, status masyarakat, dan kepuasan pribadi akan mendorong untuk melanjutkan usaha, berasal dari ancaman

kegagalan bisnis dan kebangkrutan, hal ini terjadi pada tiap individu wirausaha (Collins, Moore,& Unwalla, 1964). Peran dasar motivasional (Miner, Smith & Bracker, 1989, p.555):

- Prestasi individu (self-achievement), dasar motivasional : Suatu keinginan untuk mencapai prestasi dengan usaha diri sendiri dan untuk menunjukkan sukses secara personal.
- Pengambilan resiko, dasar motivasional: menginginkan untuk mengambil resiko yang dapat ditangani dengan usaha sendiri.
- Hasil umpan balik (atau mencari hasil dari perilaku), dasar motivasional: keinginan untuk memperoleh index yang bersih dalam tingkatan kinerja, seperti dengan ukuran profitabilitas dan produktivitas.
- Inovasi pribadi, dasar motivasional : menginginkan suatu inovasi atau solusi yang kreatif.
- Perencanaan untuk masa depan (atau perencanaan dan penentuan sasaran), dasar motivasional : menginginkan untuk memikirkan masa depan dan mengantisipasi berbagai kemungkinan masa depan, dengan motivasi untuk mencapai prestasi dan meminimalkan kegagalan di masa depan.

Dalam teori motivasi ditetapkan adanya suatu peran individu, adanya dasar motivasional, dan dasar pemikiran tentang alasan dari suatu motivasi. Untuk mengidentifikasi wirausaha yang akan menciptakan pertumbuhan perusahaan dengan tingkat yang tinggi. Penggunaan ukuran motivasional untuk tujuan ini harus menjadi bagian dari keberhasilan usaha, sebab sumber daya ini cenderung untuk

mendorong usahawan dengan motivasi yang lebih tinggi. (Miner,Smith Bracker,1989,p.559)

H2= Semakin besar motivasi wirausaha untuk dapat berhasil dalam usahanya maka akan semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan usaha yang dicapai.

2.1.4 Struktur Perusahaan

Peningkatan growth/share mempunyai pengaruh jangka pendek yang penting terhadap peningkatan profitabilitas,tingginya tingkat pertumbuhan perusahaan tahun sebelumnya mempunyai suatu pengaruh negatif pada profitabilitas sekarang..Tingkat perusahaan yang mengkoordinir sistem dan intensitas menjual yang kompetitif mempunyai suatu dampak penting pada orientasi menjual pada perusahaan kecil. Rendahnya level dari formalitas, sistem kontrol, dan sistem koordinasi di bisnis kecil, telah diterangkan dalam penelitian Robinson dan Pearce (1984)

Ketika suatu lingkungan kompetitif dirasa bermusuhan, beberapa perusahaan kecil menjawab dengan penekanan pada perilaku dan aktivitas berorientasi menjual, sedangkan lain perusahaan kecil menjawab dengan terus meningkatkan penekanan pada sistem control biaya dan pemotongan harga. Studi ini juga menyatakan bahwa perusahaan kecil yang bergeser pada suatu strategi biaya rendah sebagai jawaban atas penetapan harga kompetitif yang menekan dapat dilihat peningkatan share dalam jangka pendek, tetapi penekanan kuat pada strategi ini tidak mempengaruhi profitabilitas atau kinerja jangka panjang,

Pimpinan perusahaan kecil harus meningkatkan formalitas di dalam pengambilan keputusan dan implementasi, dan suatu strategi differensiasi/ inovasi

perlu untuk meningkatkan sukses produksi baru yang secara langsung dan secara tidak langsung sampai pada tingkat orientasi pasar yang lebih tinggi. Mereka harus hati-hati bukan untuk menyebar sumber daya yang terlalu tipis dengan modifikasi struktur organisasi yang dirancang untuk mengakomodasi perluasan pasar perusahaan, yang dapat berdampak negatif pada profitabilitas melalui peningkatan biaya-biaya dan pengurangan koordinasi efisiensi. Mereka perlu mengenali implikasi dari pertumbuhan penjualan penting dalam kaitan dengan penambahan investasi dalam modal kerja dan personil. Walaupun mengenali keperluan peningkatan biaya, control biaya, dan penetapan harga kompetitif untuk pertahanan perusahaan, pimpinan perusahaan kecil perlu mencari manfaat kompetisi pada perusahaan yang lebih besar didalam area orientasi pasar yang bersekutu dengan: inovasi, fleksibilitas, koordinasi, dan meningkat nilai tambah untuk lebih hati-hati dalam menetapkan kelompok pelanggan yang ditargetkan. (Pelham dan Wilson, 1996,hal.38)

Faktor-faktor yang berpengaruh dalam struktur perusahaan (Yun Lin, 1998) dan (Pelham dan Wilson,1996,p.40):

- Kompleksitas: pengaturan cabang, menggabungkan para penyalur, melakukan diversifikasi ke bisnis lain, membentuk suatu usaha patungan dengan perusahaan lain.
- Formalitas: kebijakan ganti-rugi formal, kebijakan jam kerja fleksibel, sistem insentif baru, membentuk manajemen yang mengontrol kualitas, R & D, pengaturan sistem pengawasan intern, pusat pengendalian biaya, deskripsi tugas kerja yang tertulis dan instruksi kerja yang tertulis. Koordinasi dalam frekwensi aktivitas atau proses pengambilan keputusan mengenai strategi produksi,

distribusi, pemasaran , keputusan anggaran modal dan R&D , pembiayaan investasi jangka panjang.

- Pemusatan / desentralisasi : memusatkan sistem membeli, jumlah staff pendukung, administrasi, R&D; mendesentralisasi sistem kendali ,system control yang digunakan perusahaan sepeeti sistem informasi dan Manajemen pengendalian menyeluruh, pengendalian harga dan biaya, target laba.
- Disain kembali organisatoris: mengkombinasikan departemen, mengubah dari unit fungsional ke unit bisnis strategis, mengubah struktur organisasi.

Wirausaha membutuhkan suatu susunan struktur perusahaan yang baik supaya dapat memutuskan suatu strategi yang tepat guna memajukan usahanya. Struktur perusahaan harus didukung tenaga kerja dengan keahlian masing-masing yang sangat dibutuhkan untuk memajukan perusahaan.

Dalam suatu perusahaan para manajer dari banyak departemen harus bertemu muka untuk membicarakan masalah produksi, pemasaran, dan permasalahan pembiayaan yang diperlukan untuk disain strategi baru dan pasar baru. Inovasi juga memaksakan kompleksitas administratif yang memerlukan pendelegasian otoritas ke tenaga ahli didalam suatu perusahaan, meningkatkan desentralisasi kekuasaan dan tenaga (Burns & Stalker, 1961; Hage & Aiken, 1970; Zaltman et Al., 1973). Akhirnya inovasi memerlukan suatu derajat spesialisasi tinggi sebab peran ahli yang berbeda pada tiap area fungsional diperlukan untuk melaksanakan suatu tugas yang berkaitan dengan inovasi didalam R&D, rancang bangun / reengineering dan

pemasaran (Burns & Stalker, 1961; Hage& Aiken, 1970; Khandwalla, 1977 dalam Miller, Droge dan Toulouse, 1988, p.550)

Tampaknya wirausaha memerlukan pengaruh rasionalitas pembuatan strategi untuk mencapai prestasi, yang mempunyai suatu dampak penting pada pengintegrasian dan formalitas struktural. Ketidak pastian lingkungan berhubungan dengan inovasi produk kompleks, yang pada gilirannya mempengaruhi pemusatan dan formalitas struktural. Proses strategis ini menjadi kunci yang menengahi peran hubungan konteks ke struktur. Suatu kebutuhan pimpinan eksekutif untuk berprestasi mempunyai suatu dampak kuat pada rasionalitas, yang pada gilirannya memerlukan alat struktural tertentu untuk mendukungnya. Daya dorongnya adalah dari kepribadian yang secara langsung ke pemusatan struktural atau dari kepribadian ke rasionalitas pengambilan keputusan dan kemudian dari rasionalitas ke formalitas dan pengintegrasian. Struktur dibentuk untuk melayani permintaan pembuat keputusan puncak dan bukan sebaliknya. Bagaimanapun berbagai hal boleh jadi sungguh berbeda pada organisasi besar, dimana struktur yang kaku dan kompleks memaksakan batasan dan memperoleh daya gerak mereka sendiri, pembatasan atau penyaluran kontak antar karyawan dan dengan demikian mempengaruhi suatu gaya pengambilan keputusan perusahaan (Fredrickson, 1986 dalam Miller, Droge dan Toulouse, 1988, p.564). Pada perusahaan kecil struktur dapat dengan mudah dimodifikasi untuk menentukan strategi sesuai dengan permintaan lingkungan. Didalam organisasi yang besar, dengan banyak orang merinci sistem, strata, dan rutinitas, strategi boleh jadi dengan mudah berubah dibanding struktur. (Miller, Droge dan Toulouse, 1988, p.565)

H3= Semakin baik struktur perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha.

2.1.5 Strategi Investasi

Strategi perusahaan yang menetapkan bidang industri mana yang berpeluang dikejar, strategi bisnis menetapkan kesempatan tertentu dalam kaitan dengan produk, pelanggan, dan teknologi (Abell, 1980) dan bagaimana sumber daya disebarakan (Chrisman, Hofer,& Boulton, 1988). Dengan kata lain, strategi bisnis berhadapan dengan perusahaan pesaing yang ada dalam industri (Hofer & Scendel 1978).

Dalam tahap awalnya , strategi usaha harus dirancang untuk membangun dan memanfaatkan penghalang untuk masuk ke dalam industri dan untuk survive/bertahan. (Bain,1956;Caves& Porter, 1977; Hatten & Hatten, 1987; Porter 1980). Awal strategi usaha harus menetapkan sumber daya apa yang diperlukan seperti halnya bagaimana sumber daya itu akan diperoleh. Suatu usaha harus mengejar kesempatan ke sumber daya yang sekarang ini berperan besar (Stevenson & Jarillo, 1990) sebab satu-satunya sumber daya yang tersedia adalah usahawan yang menguasai atau dapat menerima resiko organisasi (Schumpeter, 1934). Semua ini harus dikombinasikan dengan suatu strategi untuk mengembangkan dan menyebarkan sumber daya yang mengendalikan usaha dan untuk mencapai suatu manfaat kompetisi dalam pasar yang ditargetkan (Coyne, 1986; Hofer, 1975; Sandberg& Hofer, 1987; Ohmae, 1982). Tanpa strategi seperti itu kecil harapan bahwa usaha akan mampu mencapai pertumbuhan dan potensi laba dalam industrinya (Porter,1980, 1985). Bagaimanapun, manfaat kompetisi dan

sukses yang dicari untuk dapat bertahan, tergantung pada sumber daya yang tersedia, dan suatu konsep strategis yang tinggi.

Besarnya investasi sangat menentukan keberhasilan usaha. Suatu keputusan awal perusahaan untuk suatu produk berkenaan dengan besarnya investasi dan area investasi, seperti kemampuan produksi, R&D, dan biaya pemasaran, mempengaruhi posisi suatu produk untuk memperoleh keuntungan.

Walaupun, di tingkatan perusahaan, Chandler (1990) membantah sukses industri itu berkaitan dengan investasi didalam manajemen, skala dan lingkup, dari distribusi dan pemasaran, tapi Chandler mengakui pentingnya investasi pada focus awal. Sedangkan Macmillan dan Hari (1987) menguji pilihan investasi banyak orang yaitu mengenai ukuran pabrik, promosi penjualan yang relatif, tenaga penjualan, iklan, harga, mutu, dan kualitas jasa. Dan ditemukan bahwa dengan nilai investasi yang lebih tinggi mengakibatkan penguasaan pasar dan rasio laba modal yang lebih tinggi pula. Sehingga dengan nilai investasi yang semakin tinggi terutama di area yang kompetitif maka akan sangat berpengaruh dengan kinerja jangka panjang suatu produk. (Green,Barclay & Ryans,1995,p.5)

Besarnya investasi adalah suatu keputusan perusahaan yang membuat sulit pengukuran eksternal. Didalam industri ini, ukuran untuk dua investasi kunci area ada tersedia melalui iklan dan distribusi (Green, Barclay dan Ryans, 1995,p.10). Besarnya suatu investasi harus seimbang dan disesuaikan dengan kebutuhan dari perusahaan. Sehingga perusahaan tidak menginvestasikan terlalu banyak di bidang distribusi, R&D maupun teknis. Kecenderungan memilih investasi di distribusi dibanding dengan memilih investasi di iklan ternyata memberikan nilai lebih bagi

produk. Seperti jika suatu perusahaan menawarkan produk yang akan dijual melalui berbagai saluran distribusi, pada umumnya menjual produknya pada dua tingkatan harga berbeda, dengan begitu meningkatkan perbandingan nilai yang diperoleh. Pemilihan saluran distribusi juga akan menunjang nilai dari produk, seperti bila suatu produk dengan harga tinggi tapi mempunyai diskon yang besar ternyata lebih mempunyai nilai dan cocok untuk menggunakan saluran distribusi pesanan per pos dan toko eceran. Pemilihan investasi pada distribusi dirasa lebih efisien bagi perusahaan kecil bila dibanding dengan investasi pada iklan yang membutuhkan biaya besar. (Green, Barclay dan Ryans, 1995, p.1).

Pemilik usaha dapat mempengaruhi intensitas modal melalui pilihan manajemen untuk menginvestasikan sumber daya didalam kemampuan staff. Investasi didalam kemampuan staff adalah konsisten dengan memaksimalkan suatu fungsi kegunaan managerial yang berisi kekuatan, keamanan, dan status sebagai unsur-unsur kuncinya (Williamson, 1964). Para manajer boleh menggunakan status dan kekuatan untuk mengendalikan suatu staff dalam jumlah besar. Mereka cenderung menginvestasikan sumber daya didalam staff disamping peningkatan yang diperlukan untuk operasi yang efisien dalam perusahaan; menjadi suatu peningkatan yang optimal dari kendornya organisasi (Bourgeois 1981). Suatu perusahaan cenderung membuat tenaga kerja menjadi lebih intensive dibanding melakukan usaha padat modal (Hill dan Snell, 1989, p.32).

Terdapat hubungan positif antara intensitas R&D terhadap produktivitas dan intensitas modal. Investasi di R&D adalah strategi *high-return* dan beresiko tinggi (Mansfield, 1969). *Return* yang tinggi diperoleh dari laba yang tinggi dengan

inovasi yang sukses. Resiko yang tinggi datang dari kegagalan yang tinggi pada tingkat inovasi atau riset sebelumnya yang memperkirakan bahwa 80-88 persen dari inovasi gagal untuk menghasilkan suatu rasio laba modal jangka panjang yang cukup (Mansfield, 1969). Investasi penting didalam R&D mungkin menjadi ketertarikan terbaik bagi pengusaha yang mengambil manfaat dari high return atas suksesnya inovasi dan dapat menipiskan dampak kegagalan dengan melakukan diversifikasi. Tetapi para manajer mungkin menyukai intensitas R&D yang rendah yang konsisten dengan *return* dan resiko yang lebih rendah, dan pemilik usaha mungkin menyukai intensitas tinggi dengan R&D dari suatu strategi inovasi. Dengan batasan sumber daya, para manajer menyukai untuk menginvestasikan lebih sedikit R&D, karena mereka selalu meniru inovasi dari yang lain dan mengurangi resiko kegagalan. Karena ada suatu hubungan positif antara tingkat biaya manajemen dan intensitas R&D (Hill dan Snell, 1989, p.31).

Penemuan yang sekarang juga mempunyai implikasi untuk studi tentang perilaku managerial. Manajer tidak memikirkan efisiensi ketika mereka merumuskan strategi perusahaan karena lebih menyukai strategi yang meningkatkan ukuran perusahaan dan mengurangi resiko, bahkan atas biaya efisiensi. Pada penelitian. Hills & Snell (1995) ditekankan pentingnya intensitas modal dan investasi didalam R&D bagi perusahaan dalam meningkatkan produktivitas mereka. Pengusaha sebagai pemilik perusahaan sangat berperan sebagai faktor penentu dari pilihan strategis (Hill dan Snell, 1989, p.43).

H4= Semakin baik ketepatan dalam melakukan investasi maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha.

2.1.6 Pertumbuhan Usaha dan Kinerja Perusahaan

2.1.6.1 Pertumbuhan Usaha

Pelham, Alfred M (1997), mengemukakan bahwa kinerja pemasaran dipengaruhi oleh tiga hal yaitu efektifitas perusahaan (firm effectiveness), pertumbuhan/porsi (growth/share) dan kemampuan. Kinerja usaha memiliki tiga buah indicator yaitu pangsa pasar, jumlah total penjualan dan ROI. (Hunt Dan Morgan 1996).

Pada perusahaan kecil, terdapat hubungan antara keagresifan berkompeterisi, lingkungan yang tidak mendukung dan kinerja perusahaan terhadap semakin besar atau semakin kecilnya suatu perusahaan. Pada perusahaan kecil, terdapat hubungan antara keagresifan berkompeterisi, kesempurnaan teknologi lingkungan dan kinerja perusahaan, yang menggambarkan umur suatu perusahaan lebih muda atau lebih tua.(Covin dan Covin, 1990) Dan terdapat hubungan positif antara perilaku manajemen usahawan dan tipe perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi (Sadler-Smith, Hampson, Chaston dan Bedger, 2003). Sedangkan pertumbuhan suatu perusahaan dianggap suatu langkah, proses yang tidak linier, dimana macam permasalahan suatu bentuk perusahaan merupakan karakteristik dari ukurannya (Orser, Scott dan Riding, 2000).

Penjelasan yang internal untuk pertumbuhan usaha yang muncul dari studi Robert Baum 2001, menekankan usahawan dan peran mereka di dalam merumuskan

strategi. Dimulai dengan hard-working/kerja keras, usahawan yang proaktif dengan suatu kemampuan teknis, organisatoris, dan ketrampilan industri yang kuat. Motivasi dan visi dari usahawan, kepercayaan dalam menuju suatu keberhasilan akan mendukung pertumbuhan usahanya. Barangkali oleh karena ketahanan dan proaktif, ketrampilan organisatoris, atau motivasi yang tinggi maka akan mencapai tingkat strategi efektif yang bekerja untuk menghasilkan tingkat pertumbuhan usaha yang tinggi. Kita dapat berspekulasi bahwa kecakapan teknis dan industri usahawan serta motivasi tinggi mempengaruhi pertumbuhan usaha.

Lifecycle suatu industri adalah suatu konsep multidimensional. Langkah-langkah perkembangan industri (Beal, 2000, p.34) :

- Pertumbuhan penjualan dalam industri lima tahun terakhir
- Tingkat permintaan dari produk industri
- Langkah pengembangan produk industri
- Tingkat difusi information tentang produk industri:
- Kapasitas pabrik pada perusahaan industri selama 5 tahun terakhir.
- Level harga dari produk industri
- Pertumbuhan berbagai jenis saluran distribusi produk industri dalam 3 tahun terakhir.
- Level dari pembelanjaan iklan dalam 3 tahun terakhir.

Kondisi pertumbuhan industri dalam lima tahun adalah:

- Pelan-pelan meningkat
- Meningkat dengan cepat
- Stabil

- Mengalami kemerosotan.

Pertumbuhan akan terjadi ketika ketajaman keahlian administratif dan manajerial telah dicapai oleh tim manajemen. Dan pertumbuhan cenderung terjadi pada perusahaan dengan umur yang lebih muda dan tergantung dengan adanya perencanaan bisnis yang sangat dihubungkan dengan kinerja. Tercapainya pertumbuhan suatu perusahaan tidak terlepas dari motivasi pemilik perusahaan. Motivasi untuk tumbuh tidak hanya karena alasan ekonomi tapi dapat juga alasan kebutuhan akan rasa hormat yang lebih besar dari masyarakat. Cragg dan King (1988) menyatakan bahwa hubungan timbale balik antara perencanaan, aktivitas orientasi pasar dan karakteristik pengusaha mempengaruhi kinerja financial perusahaan. Faktor-faktor kebijakan pemasaran (pengembangan produk baru), perencanaan bisnis (termasuk perencanaan strategi dan operasional), jumlah sales staff dan produktivitas pemasaran dan ukuran dari bisnis itu sendiri (Orser, Scott dan Riding, 2000, p. 44).

Variabel yang dapat memprediksi pertumbuhan perusahaan antara lain :

- Umur perusahaan.
- Ukuran perusahaan (jumlah karyawan, penjualan tahunan)
- Sektor industri (dasar teknologi, produksi, servis)
- Penggunaan rencana bisnis, adanya bagian keuangan, gender, dan bentuk badan hukum perusahaan.
- Kategori ukuran perusahaan : mikro, kecil atau medium.

Permasalahan potensial mengenai perkembangan bisnis antara lain : permintaan domestik, nilai tukar, biaya tenaga kerja, hubungan perburuhan, keterampilan tenaga

kerja, pajak, peraturan pemerintah, biaya-biaya transportasi, akses ke pasar asing, kompetitor asing dan akses modal. Tapi tidak semua permasalahan tersebut selalu menghalangi pertumbuhan perusahaan. (Orser, Scott dan Riding, 2000, p.50). Pertumbuhan perusahaan akan berkurang dengan bertambahnya umur perusahaan ketika ukuran perusahaan mulai konstan (Evans,1987,p. 671).

Kemampuan manajemen sangat berhubungan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan (Orser, Scott dan Riding, 2000, p.54), ada 3 ukuran yaitu :

- Perusahaan memperkerjakan karyawan dengan kemampuan spesifik.
- Penggunaan perencanaan bisnis.
- Perencanaan bisnis adalah wujud dari atribut manajerial seperti wewenang, keterlibatan manajerial, gaya kepemimpinan dan komitmen karyawan.
- Pengelolaan keuangan internal dan informasi tentang pembiayaan.

Pertumbuhan perusahaan akan menjadi daya dorong untuk pertumbuhan berikutnya, perusahaan yang lebih besar akan lebih menunjukkan pertumbuhan dibanding perusahaan mini dan mikro. Pertumbuhan perusahaan mempunyai dampak penting terhadap ketahanan suatu perusahaan. Keterampilan manajerial dan ukuran perusahaan merupakan aspek yang saling berhubungan. Kapasitas manajerial disini terdiri dari perusahaan-perusahaan niaga, keuangan, jaringan domestic, teknologi dan keahlian –keahlian lain. Penggunaan perencanaan bisnis sangat berhubungan dengan kecenderungan ukuran perusahaan dan peningkatan pendapatan. Tapi juga tergantung dengan kualitas dan frekuensi dari perencanaan tersebut (Orser, Scott dan Riding, 2000, p.56).

Faktor-faktor penentu pertumbuhan pada perusahaan kecil-perusahaan kecil di beberapa negara (Chaston dan Mangles, 1997, p. 49) :

- Perusahaan di Inggris (Coopers dan Lybrand , 1994) :

Intensitas kompetisi dan pasar, fleksibilitas pengambil keputusan. kualitas yang superior dalam pasar, servis penjualan yang superior, teknologi sebagai solusi mencapai posisi atas, sering meluncurkan produk baru dan mengembangkan pengetahuan eksternal untuk mendukung aktivitas ini, penerapan teknologi, teknik manajemen dan proses reengineering untuk mengoptimalkan produktivitas, kebutuhan penanaman modal dalam pengembangan yang berkesinambungan terhadap karyawan mereka, dan sebagian besar laba internal untuk membiayai investasi masa depan.

- Perusahaan Eropa (Burns 1994) :

Mencari celah dan kinerja yang berbeda dari perusahaan lain yang berkompetisi, mencari daerah operasi di pasar dengan tingkat kompetisi yang rendah, penggunaan perencanaan bisnis dan strategi yang jelas untuk memandu aktivitas masa depan dan sebagian besar dana internal untuk investasi masa depan.

- Perusahaan di Jerman (Brickau 1994) :

Memiliki pengetahuan tentang faktor eksternal yang mampu mempengaruhi kinerja, menetapkan manfaat kompetisi mereka, mencari celah yang bermanfaat untuk keunggulan posisi, penggunaan perencanaan dan strategi untuk memandu kinerja masa depan, secara bersamaan meningkatkan inovasi dan mengadopsi proses teknologi terbaru, biaya investasi sebagian besar dari sumber internal.

- Perusahaan di New Zealand (Tradenz 1990) :

Menekankan R & D untuk mencapai inovasi yang berkelanjutan dan untuk menguasai teknologi yang unik, orientasi pada keberhasilan, gunakan rencana tersusun berdasar informasi yang luas untuk mamandu kinerja masa depan, manajemen gaya pengusaha dalam pengambilan keputusan, komitmen yang kuat dalam produktivitas menuju keberhasilan dan manfaat kompetisi.

Karakteristik pertumbuhan dan kemampuan perusahaan (Chaston dan Mangles, 1997, p. 50) :

- Mengidentifikasi celah di pasar.
- Pemanfaatan celah untuk menawarkan suatu produk.
- Mengembangkan suatu perencanaan bisnis formal.
- Sumber daya keuangan yang cukup untuk membiayai aktivitas bisnis.
- Pengembangan produksi baru secara inovatif
- Pelaksanaan manajemen sumber daya yang efektif.
- Praktek manajemen yang berkualitas.
- Keoptimisan produktivitas karyawan.
- Penggunaan teknologi informasi dan sistem kontrol.

Hasil penjualan dalam 3 tahun terakhir menjadi tolak ukur kinerja perusahaan, ada 6 kategori (Chaston dan Mangles, 1997, p. 50) :

- Hasil penjualan meningkat lebih dari 30 %.
- Hasil penjualan meningkat antara 11 – 30 %.
- Hasil penjualan meningkat antara 1 – 10 %.
- Tidak ada perubahan yang dapat dilihat.

- Hasil penjualan berkurang 1 – 10 %.
- Hasil penjualan berkurang lebih dari 10 %.

Perusahaan dengan hasil penjualan yang mengalami peningkatan 1 – 10 % dalam 3 tahun, memiliki konsentrasi peningkatan kemampuan pada area : identifikasi celah, pemanfaatan IT untuk meneliti informasi dan peningkatan produktivitas. Perusahaan dengan hasil penjualan yang mengalami peningkatan 11 – 30 % dalam 3 tahun, memiliki konsentrasi peningkatan kemampuan pada area :

- Kemampuan mengukur harapan pelanggan.
- Membangun produk baru untuk menarik konsumen baru.
- Mempercepat waktu pengembangan produk baru.
- Menanam modal dalam asset untuk meningkatkan mutu dan mengurangi biaya.
- Menggunakan suatu system penilaian untuk mengarahkan karyawan mencapai potensi mereka yang sepenuhnya.

Cara mengevaluasi kegiatan pertumbuhan (Chaston dan Mangles, 1997, p. 55):

- Peningkatan kemampuan perusahaan yang berdampak besar terhadap kinerja.
- Mengevaluasi tindakan yang mengarah pada kelangsungan hidup perusahaan untuk menuju keberhasilan pertumbuhan.
- Mengevaluasi rencana kegiatan yang diusulkan untuk mendukung posisi kompetitif perusahaan.
- Memonitor prestasi konsultan manajemen dalam suatu proyek.
- Melakukan evaluasi terhadap biaya yang dikeluarkan dengan hasil yang dicapai.
- Menerapkan penilaian kelayakan suatu rencana perusahaan jangka panjang demi pertumbuhan perusahaan.

2.1.6.2 Kinerja Perusahaan

Pelham, Alfred M (1997), mengemukakan bahwa kinerja pemasaran dipengaruhi oleh tiga hal yaitu efektifitas perusahaan (firm effectiveness), pertumbuhan (growth/share) dan kemampulabaan. Kinerja usaha memiliki tiga buah indicator yaitu pangsa pasar, jumlah total penjualan dan ROI. (Hunt Dan Morgan 1996). Ukuran kinerja keuangan pada perusahaan kecil (Beal,2000,p.38) meliputi : Ukuran profitabilitas (rasio laba dari penjualan, rasio laba modal, dan pengembalian atas asset) ,pertumbuhan (pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba), total jumlah laba.Ukuran kinerja perusahaan selain kinerja keuangan adalah tingkat penguasaan pasar. Faktor selain financial yang dianggap sebagai ukuran kinerja pada perusahaan kecil antara lain reputasi, kehendak baik, gambaran publik, komitmen dan kepuasan karyawan.(Lumpkin & Dess, 1996)

Sumber daya dan kemampuan perusahaan mempunyai pengaruh penting pada kinerja perusahaan yang dapat dicapai. Sumber daya financial, sumber daya fisik, sumber daya manusia, sumberdaya organisasi dan sumber daya teknologi sangat menentukan tercapainya kesuksesan perusahaan (Hofer & Schendel, 1978). Ukuran sumber daya dasar dari kemampuan perusahaan untuk mencapai kinerja yang maximal (Chandler & Hanks, 1994,p.43) : Pemasaran yang inovatif, keahlian pemasaran, karyawan dengan kemampuan yang baik dalam menjual, keahlian membangun produk, keahlian teknikal, karyawan yang inovatif, karyawan terlatih dalam memberikan layanan pada konsumen, keahlian dalam melayani konsumen, pelatihan yang baik untuk melayani konsumen, keahlian managerial, keahlian proses teknologi, material bahan baku yang murah, saluran distribusi yang murah, tenaga

kerja yang murah, faktor produksi yang murah, ketersediaan modal, produktivitas tenaga kerja yang tinggi, ketersediaan fasilitas pabrik, peralatan dan produksi.

Ketika pertumbuhan dan volume bisnis menjadi ukuran kinerja perusahaan, maka akan sangat menentukan bagi pengendalian umur perusahaan. Sebagai contoh, pada perusahaan berumur 7 tahun akan mempunyai sumber daya dan volume penjualan yang lebih tinggi dibanding perusahaan dengan umur 2 tahun. Walaupun besarnya perusahaan berkaitan erat dengan tingkat umur perusahaan, tapi ukuran kinerja perusahaan lebih cenderung pada penggunaan tingkat profitabilitas seperti ROE, ROI dan ROA sebagai ukuran kinerjanya. Sedangkan ukuran volume bisnis menjadi indikator dari besarnya perusahaan. Tetapi untuk mengukur kinerja suatu perusahaan yang sedang mulai berjalan, maka akan cenderung menggunakan volume penjualan sebagai ukuran dari kinerjanya. (Chandler & Hanks, 1994, p.84)

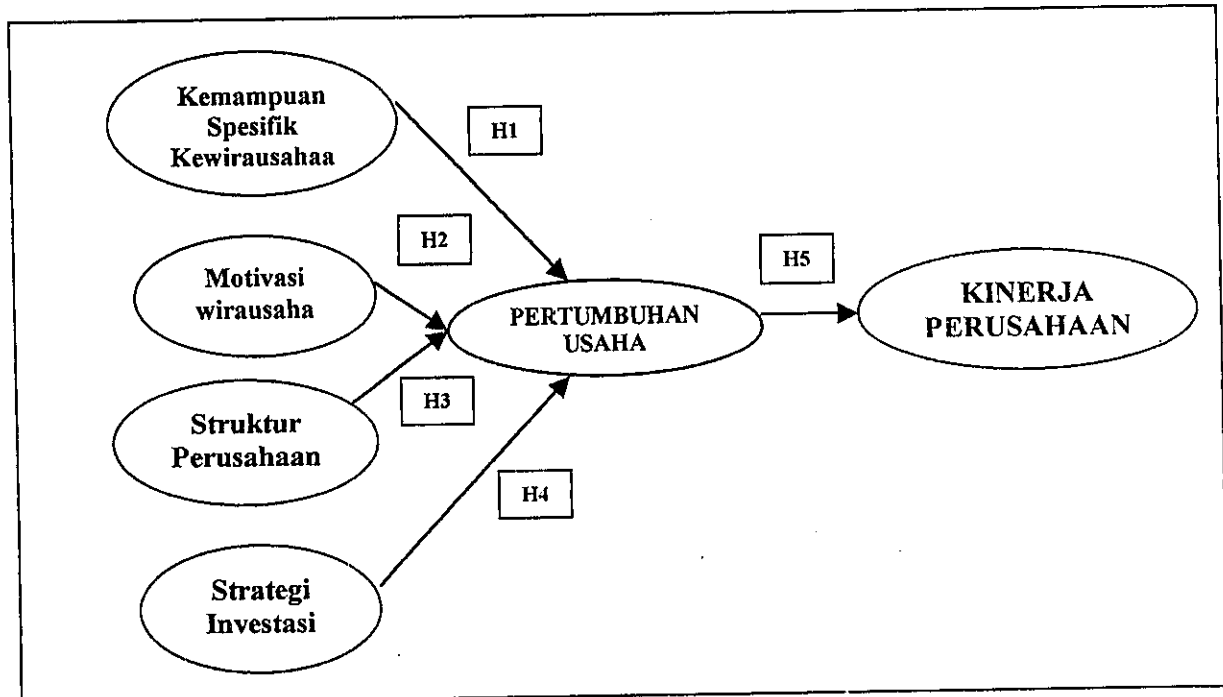
Kinerja individual dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, dan kesempatan (e.g. Peters, O'Connor, & Rudolf, 1980; Blumberg & Pringle, 1982; Waldman & Spangler, 1989). Kinerja pengusaha diukur oleh kinerja dari organisasi (Schein, 1978), yang dipengaruhi oleh lingkungan didalam organisasi (Covin & Slevin, 1989; Hofer & Sandberg, 1987; Randolph & Dess, 1984; Sandberg, 1986; Tsai, Macmillan & Low, 1991). Kinerja perusahaan adalah suatu ukuran sukses pengusaha. (Chandler & Hanks, 1994, p.78)

H5= Semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha maka tingkat kinerja usaha akan semakin tinggi .

2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan hasil telaah pustaka mengenai pertumbuhan usaha, kemampuan spesifik wirausaha, motivasi wirausaha, struktur perusahaan dan strategi investasi, maka diajukan kerangka pemikiran teoritis yang mendasari penelitian ini yaitu :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : dikembangkan untuk penelitian ini.

H1: Baum,Robert, Academy of Management Journal 2001,Vol.44,p.294

H2: Baum,Robert, Academy of Management Journal 2001,Vol.44,p.294

H3: Pelham & Wilson,1996, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 24, No.1, p. 27-43.

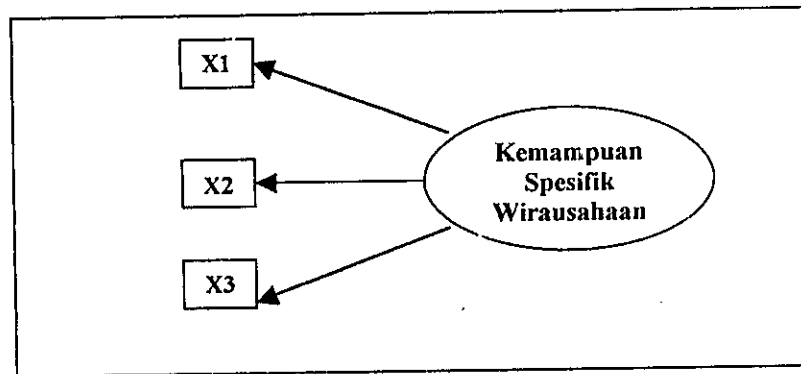
H4: Chrisman,James, Entrepreneurship Theory and Practice, Fall 1998,p.14.

H5 : Robert J.Baum , Locke Edwin & Smith Ken, 2001, Academy of Management

2.3 Dimensional Variabel

Variabel kemampuan spesifik kewirausahaan yaitu kemampuan manajerial, kemampuan teknik dan kemampuan social seperti nampak pada gambar berikut :

Gambar 2.2
Model dari Variabel Kemampuan Spesifik Kewirausahaan



Keterangan :

X1 : Kemampuan manajerial

X2 : Kemampuan teknik

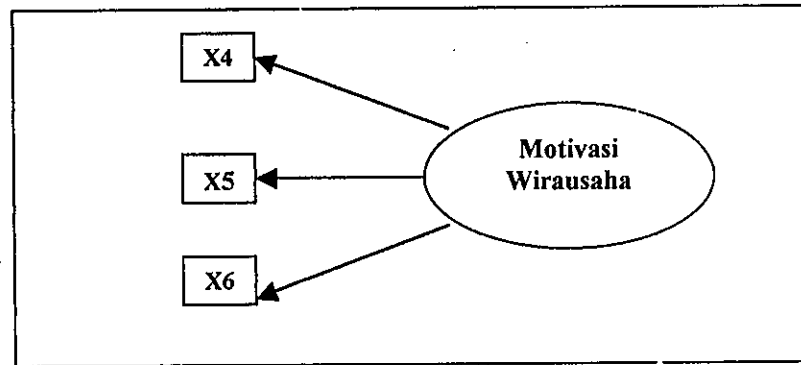
X3 : Kemampuan sosial

Sumber :

- Baum,Robert, 2001,Academy of Management Journal , Vol.44,p.294
- Chandler Gaylen N., Steven H.Hanks. 1994, Entrepreneurship Theory and Practice, Spring , p. 77-89
- Baron Robert dan Markman Gideon, 2000, Academy of Management Executive.
- Evans Dylan Jones, International Small Business Journal, Vol.14, No.3, p.15-39.

Variabel motivasi wirausaha yaitu prestasi individu, kesediaan untuk mengambil resiko dan perencanaan masa depan, seperti nampak pada gambar berikut

Gambar 2.3
Model dari Variabel Motivasi Wirausaha



Keterangan :

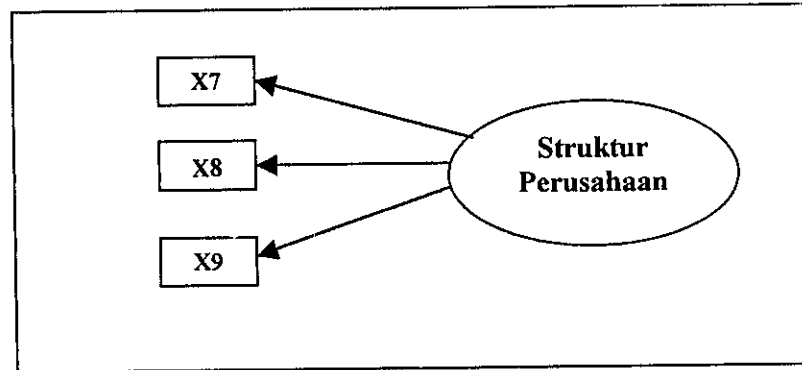
- X4 : Keinginan mencapai prestasi individu
X5 : Kesediaan untuk mengambil resiko
X6 : Kemauan perencanaan masa depan usaha

Sumber :

- Baum, Robert, Academy of Management Journal 2001, Vol.44, p.294
- Miner dan Norman R. Smith, 1989, Journal of Applied Psychology, Vol.74, No.4, p. 554-560

Variabel struktur perusahaan yaitu terdesentralisasi, formal dan kompleks, seperti nampak pada gambar berikut :

Gambar 2.4
Model dari Variabel Struktur Perusahaan



Keterangan :

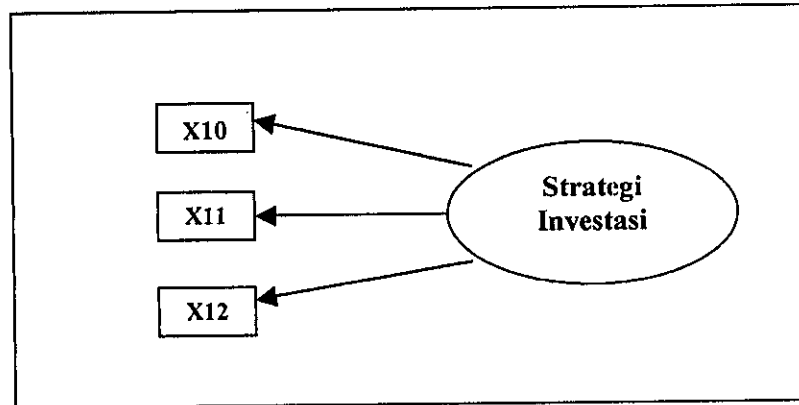
- X7 : Terdesentralisasi
X8 : Formal
X9 : Kompleks

Sumber :

- Pelham & Wilson, 1996, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 24, No.1, p. 27-43.
- Yun Lin, Carol Yeh, 1998, *Journal of Small Business Management*, p.43-56.
- Miller Danny, Droge Cornelia dan Toulouse Jean-Marie, 1988, *Academy of Management Journal*, Vol.31, No.3, p.544-569.

Variabel strategi investasi yaitu investasi di R&D, kemampuan staff, investasi di saluran distribusi seperti nampak pada gambar berikut :

Gambar 2.5
Model dari Variabel Strategi Investasi



Keterangan :

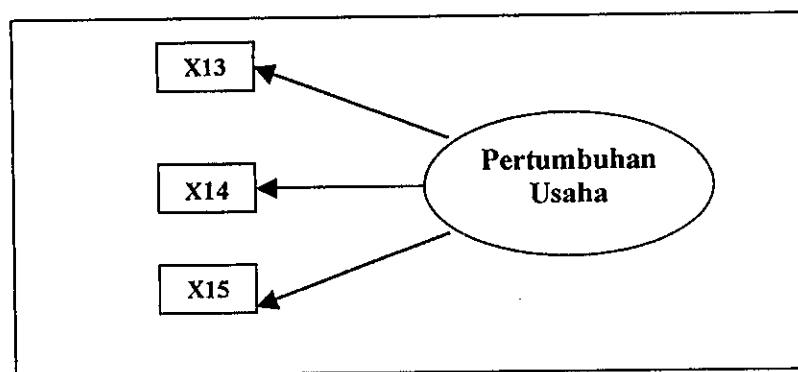
- X10 : Investasi di R&D
X11 : Investasi di staff / sales force
X12 : Investasi di saluran distribusi

Sumber :

- Chrisman, James, Entrepreneurship Theory and Practice, Fall 1998, p.14.
- Hill dan Snell , Academy of Management Journal, Vol.32, No.1, p.32.
- Green, Barclay dan Ryans, Journal of Marketing, Vol.59, Oktober 1995, p.10.

Variabel pertumbuhan usaha yaitu penambahan jumlah karyawan, pertumbuhan omzet dan pertumbuhan modal seperti nampak pada gambar berikut :

Gambar 2.6
Model dari Variabel Pertumbuhan Usaha



Keterangan :

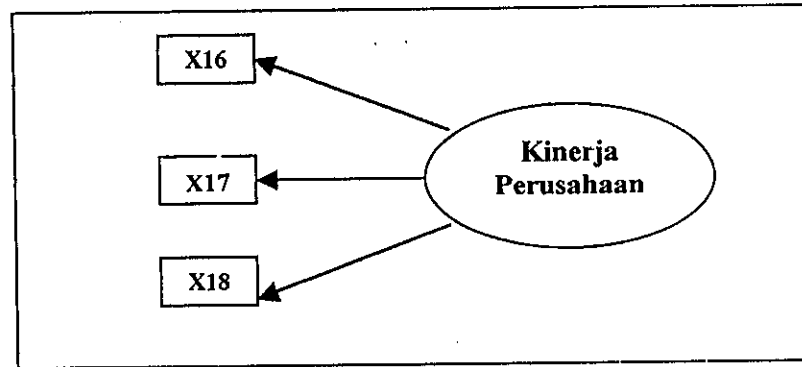
- X13 : Pertambahan jumlah karyawan
X14 : Pertumbuhan omzet
X15 : Pertumbuhan modal

Sumber :

- Robert J.Baum , Locke Edwin & Smith Ken, 2001, Academy of Management Journal ,Vol.44, No.2, p. 292-303
- Bea Reginald, 2000, Journal of Small Business Management, Januari, p.27-47
- Orser J.Barbara, Sandy Hogarth-Scott, and Allan L.Riding.,2000, Journal of Small Business Management,October , p. 42-58.
- Chaston Ian dan Mangles Terry, 1997, Journal of Small Business Management, Januari, 47 – 57.

Variabel kinerja perusahaan pangsa pasar, profitabilitas dan produktivitas perusahaan seperti nampak pada gambar berikut :

Gambar 2.7
Model dari Variabel Kinerja Perusahaan



Keterangan :

- X16 : Pangsa pasar
X17 : Profitabilitas
X18 : Produktivitas

Sumber :

- Beal Reginald, 2000, Journal of Small Business Management, Januari, p.27-47
- Lumpkin G.T.and Gregory G.Dess., 1996, Academy of Management Review, Vol.21 No.1, p.135-172.
- Chandler Gaylen N., Steven H.Hanks. 1994, Entrepreneurship Theory and Practice, Spring , p. 77-89

Penentuan Variabel Dependen –Independen

Tabel 2.2
Variabel Dependen-Independen

TAHAP	VARIABEL DEPENDEN	VARIABEL INDEPENDEN
I	Pertumbuhan Usaha	<ul style="list-style-type: none">▪ Kemampuan spesifik kewirausahaan▪ Motivasi wirausaha▪ Struktur perusahaan▪ Strategi investasi
II	Kinerja Usaha	Pertumbuhan usaha

2.4 Hipotesis dan Definisi Operasional Variabel

2.4.1. Hipotesis

Berdasarkan telaah pustaka dan penelitian terdahulu seperti yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H1= Semakin besar kemampuan spesifik wirausaha maka akan semakin besar pertumbuhan usaha yang dicapai.

H2= Semakin besar motivasi wirausaha untuk dapat berhasil dalam usahanya maka akan semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan usaha yang dicapai.

H3= Semakin baik struktur perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha.

H4= Semakin baik ketepatan dalam melakukan investasi perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha

H5= Semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha maka akan semakin tinggi tingkat kinerja perusahaan.

2.4.2. Definisi Operasional Variabel

Berikut disajikan definisi operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini, seperti dalam tabel dibawah ini :

Tabel 2.3
Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	KONSEP	DEFINISI OPERASIONAL
Kemampuan spesifik kewirausahaan	Kemampuan spesifik wirausahawan pada penguasaan teknis , kemampuan social dan kemampuan manajerial.	10 point skala pada 2 item untuk mengukur strategi masuk.
Motivasi wirausaha	Motivasi wirausaha dalam meraih prestasi individu, keberanian untuk mengambil resiko dan mempunyai, perencanaan masa depan maka diharapkan keberhasilan dapat dicapai oleh usahanya.	10 point skala pada 3 item untuk mengukur inovasi/adaptasi produk
Struktur perusahaan	Keadaan struktur perusahaan mempengaruhi pertumbuhan usaha.	10 point skala pada 3 item untuk mengukur inovasi/adaptasi produk
Strategi investasi	Besarnya investasi yang ditanamkan oleh usahawan dibidang produksi/manufacturing, kemampuan staff/sales force dan pengembangan R&D	10 point skala 2 item untuk mengukur kinerja pemasaran.
Pertumbuhan Usaha	Pertumbuhan usaha yang meliputi luas pangsa pasar, besarnya target penjualan dan ukuran perusahaan merupakan hasil dari besarnya motivasi pengusaha, tingkat investasi, stabilitas permintaan dan kemampuan spesifik usahawan yang terus ditingkatkan.	10 point skala 3 item untuk mengukur kinerja pemasaran.
Kinerja perusahaan	Perolehan kemampuan yang meningkat, pangsa pasar dan produktivitas perusahaan menjadi tujuan akhir dari usaha.	10 point skala 2 item untuk mengukur kinerja pemasaran.

Sumber : dikembangkan untuk RUP

Tabel 2.4
Variabel dan Dimensi Penelitian

VARIABEL	DIMENSI	SIMBOL
Kemampuan spesifik kewirausahaan	• Kemampuan manajerial	X1
	• Kemampuan teknik	X2
	• Kemampuan sosial	X3
Motivasi wirausaha	• Keinginan mencapai prestasi individu	X4
	• Kesiediaan untuk mengambil resiko	X5
	• Kemauan perencanaan masa depan usaha	X6
Struktur perusahaan	• Terdesentralisasi	X7
	• Formal	X8
	• Kompleks	X9
Strategi investasi	• Investasi di R&D	X10
	• Investasi di staff/ sales force	X11
	• Investasi di saluran distribusi	X12
Pertumbuhan Usaha	• Pertambahan jumlah karyawan	X13
	• Pertumbuhan omzet	X14
	• Pertumbuhan modal	X15
Kinerja Perusahaan	• Pangsa pasar	X16
	• Profitabilitas	X17
	• Produktivitas	X18

Sumber : penelitian ini

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendahuluan

Menguji model penelitian dan hipotesis diarahkan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha terhadap kinerja usaha yang meliputi kemampuan spesifik kewirausahaan, motivasi wirausaha, strategi investasi dan struktur perusahaan. Sebuah kerangka pemikiran teoritis dan model telah dikembangkan pada bab II sebagai landasan teori ini .

3.2 Desain Penelitian dan Obyek Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Empat desain perencanaan yang diidentifikasi dalam literatur adalah penelitian eksploratory, deskriptif dan kausal (Zikmund,1994,p.35). Penelitian ini yaitu mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha yang mempengaruhi kinerja perusahaan, sebab permasalahan yang ditampilkan dalam penelitian ini merupakan permasalahan yang dianjurkan oleh para peneliti terdahulu dan permasalahan yang terjadi di lapangan. Dalam mengumpulkan data sampai dengan memberi implikasi menggunakan kombinasi dan keempat penelitian di atas.

3.2.2 Obyek Penelitian

Penelitian ini memilih Usaha Menengah Sektor Industri Pengolahan yang ada di kota Semarang sebagai obyek penelitian. Produk industri kecil dan menengah

memiliki prosentase terbesar yaitu 98 % dari total perusahaan di Indonesia, tetapi kinerja pemasarannya dan pertumbuhan usahanya masih terbatas bila dibanding perusahaan yang lebih besar . Dipilihnya Usaha Menengah Sektor Industri Pengolahan karena industri jenis pengolahan memiliki jumlah paling besar dibanding jenis industri lain yang ada di kota Semarang dimana Semarang sebagai kota industri di Jawa Tengah.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Sumber data untuk penelitian ini diperoleh langsung dari pengisian kuesioner oleh para pemilik Usaha Menengah Sektor Industri Pengolahan di Semarang yang menjadi penggerak ekonomi rakyat ini.

Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti (Emory & Cooper, 1995 p.254). Jenis data ini diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan atau kuesioner kepada para wirausaha Industri Pengolahan Tingkat Menengah di Semarang yang terpilih untuk responden.

3.3.2 Data Sekunder

Data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain), umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang tersusun rapi dalam arsip. Dalam hal ini data sekunder

diperoleh dari perusahaan Industri Pengolahan Tingkat Menengah yaitu laporan tingkat produktivitas dan penjualan setiap tahunnya.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Pengertian dari populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 1996,p.115), populasi juga merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999). Untuk penelitian ini populasi yang digunakan adalah populasi dari semua Usaha Menengah Industri Pengolahan di Semarang yang terpilih di Semarang. Data yang ada penentuannya sebesar 100 perusahaan dari keseluruhan jumlah populasi sebesar 236 perusahaan berdasarkan data dari departemen perindustrian. Jumlah sampel sebesar 100 perusahaan karena ukuran sampel kecil (antara 100-200) dan asumsi normalitas dipenuhi maka menggunakan teknik estimasi Maximum Likelihood Estimation (ML) yang tersedia dalam AMOS 4.0 (Ferdinand,2000, p.45).

3.4.2 Sampel

Pengertian dari sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Singarimbun, 1991; Sugiyono, 1999). Sedangkan Hair et al (1995,p.637) menyatakan bahwa sample yang representatif bilamana menggunakan alat analisis SEM adalah jumlah

indicator dikalikan lima sampai sepuluh. Dengan demikian dalam penelitian ini sample minimal yang digunakan adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sample} &= \text{jumlah indicator} \times 5 \\ \text{Sample minimal} &= 18 \times 5 = 90 \text{ responden} \end{aligned}$$

Teknik pengambilan sampling menggunakan teknik *nonprobability sampling* jenis sampling kuota. Teknik *nonprobability sampling* ini dalam pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai cirri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. (Sugiyono, 1999, p.77). Dalam penelitian ini ciri-ciri sampel yang diambil adalah perusahaan industri pengolahan di Semarang dengan jumlah karyawan antara 22-99 orang. Masing-masing jumlah sampel harus proporsional dengan jumlah populasi, maka dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Daftar Jumlah Perusahaan IKM yang Menjadi Sample

No	Jenis IKM	Kode Jenis IKM	Jumlah Sampel	Jmlh Populasi	% dari Total Populasi
1	Industri makanan, minuman dan tembakau	A	24	58	10,17 %
2	Industri tekstil, pakaian jadi dan kulit	B	13	30	5,51 %
3	Industri kayu, bambu, rotan dan sejenisnya termasuk perabot rumah tangga	C	13	31	5,51 %
4	Industri kertas dan barang-barang dari kertas, percetakan dan penerbitan	D	23	56	9,74 %
5	Industri kimia dan barang-barang dari kimia, karet dan plastik	E	27	61	11,44 %
	J U M L A H		100	236	42,37 %

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Wawancara Langsung

Data diperoleh dari jawaban yang diberikan responden berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dalam angket tertutup dibuat dengan skala konvensional. Dimana responden dapat memberikan nilai antara 1-10. Untuk kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak puas sampai dengan sangat puas.

Sangat tidak puas

sangat puas

1									10

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

1									10

3.5.2 Studi Kepustakaan

Kegiatan mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian yang bersal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur serta publikasi-publikasi yang lain yang mendukung serta layak dijadikan sumber.

3.5.3 Observasi

Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pengamatan pada objek yang akan diteliti. Pengamatan dilakukan secara langsung pada UKM hal ini dapat dilakukan bilamana jumlah sample sedikit.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Dalam hal ini metode analisis yang dipilih untuk menganalisis data adalah The Structural Equation Model (SEM), untuk menguji H1 sampai H5 alat analisis data yang dipakai adalah Structural Equation Model dari paket statistik AMOS. Penelitian ini akan menggunakan dua macam teknik analisis yaitu

1. Analisis faktor konfirmatori (confirmatory factor analysis) pada SEM yang digunakan mengkonfirmasi faktor-faktor yang paling dominan dalam satu kelompok variabel.
2. Regression weight pada SEM yang digunakan untuk meneliti seberapa besar variabel-variabel kemampuan spesifik wirausaha, motivasi wirausaha, struktur perusahaan, strategi investasi, pertumbuhan usaha dan kinerja perusahaan.

Yang harus dilakuakn apabila menggunakan Structural Equation Modelling (SEM), menurut Hair,et al (1995,p.636), yaitu :

1. Pengembangan model berbasis teoritis

SEM adalah sebuah model untuk menguji sebuah teori atau teori yang dikembangkan sendiri oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti bebas membangun hubungan sepanjang didukung justifikasi teoritis yang cukup sehingga tidak terjadi kesalahan spesifikasi dalam pengembangan model.

2. Pengembangan diagram alur (path diagram)

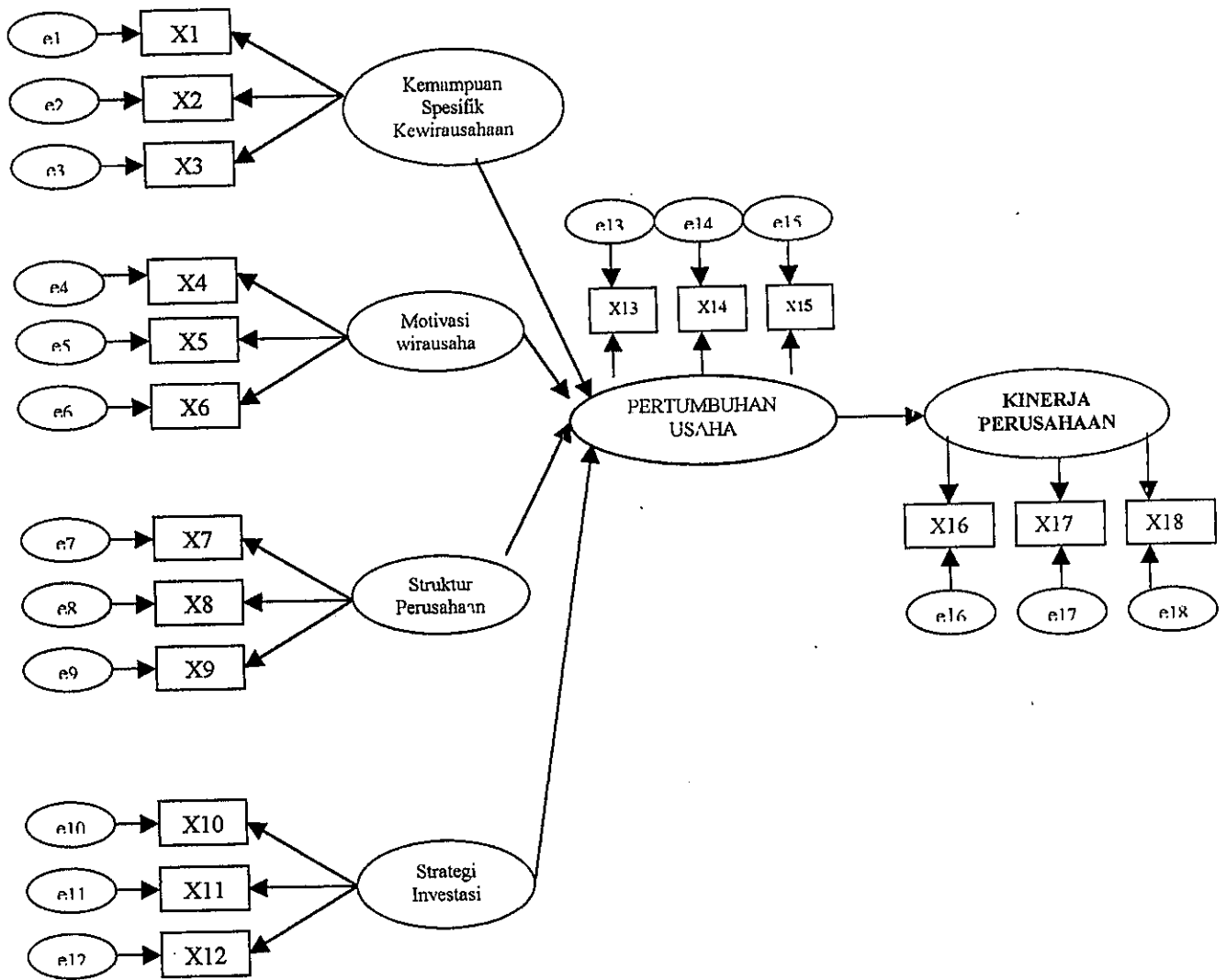
Path diagram akan memudahkan melihat hubungan kausalitas yang ingin diuji.

Dalam diagram path, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah pengaruh langsung antar satu konstruk, sedangkan garis lengkung antara konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk.

Konstruk yang dibangun dalam diagram alur dapat dibedakan dalam dua kelompok, menurut Hair, et,al (1995,p.636), yaitu :

1. Konstruk eksogen (exogenous constructs), yang dikenal juga sebagai source variabel atau independen variabel yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung anak panah.
2. Konstruk endogen (endogenous constructs), yang merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

Gambar 3.1
Diagram Alur Penelitian



- λ : Koefisien parameter dari variable-variabel yang diukur
- γ : Koefisien parameter dari variable-variabel struktural
- X1 : Kemampuan manajerial
- X2 : Kemampuan teknik
- X3 : Kemampuan sosial
- X4 : Keinginan mencapai prestasi individu
- X5 : Kesediaan untuk mengambil resiko
- X6 : Kemauan perencanaan masa depan usaha
- X7 : Terdesentralisasi
- X8 : Formal
- X9 : Kompleks
- X10 : Investasi di R&D
- X11 : Investasi di staff/ sales force
- X12 : Investasi di saluran distribusi
- X13 : Pertambahan jumlah karyawan
- X14 : Pertumbuhan omzet
- X15 : Pertumbuhan modal
- X16 : Pangsa pasar
- X17 : Profitabilitas
- X18 : Produktivitas

3. Konversi diagram alur diubah ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran.

Dari gambar alur path diagram diatas dikonversikan spesifikasi model menjadi rangkaian persamaan, menurut Hair et al (1995,p.658) terdiri persamaan struktural (structural equation), yang dinyatakan adanya hubungan kausalitas antar berbagai bentuk.

$$\text{Variabel endogen} = \text{variabel eksogen} + \text{variabel endogen} + \text{error} \dots \dots \dots (3)$$

Persamaan spesifikasi model pengukuran (measurement model), spesifikasi dapat ditentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matrik yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel.

Model Pengukuran dari Model Struktural

$$X1 = \lambda_1 KM + \epsilon_1$$

$$X2 = \lambda_2 KT + \epsilon_2$$

$$X3 = \lambda_3 KS + \epsilon_3$$

$$X4 = \lambda_4 PI + \epsilon_4$$

$$X5 = \lambda_5 RK + \epsilon_5$$

$$X6 = \lambda_6 MD + \epsilon_6$$

$$X7 = \lambda_7 DS + \epsilon_7$$

$$X8 = \lambda_8 FS + \epsilon_8$$

$$X9 = \lambda_9 KS + \epsilon_9$$

$$X10 = \lambda_{10} RD + \epsilon_{10}$$

$$X11 = \lambda_{11} IS + \epsilon_{11}$$

$$\begin{aligned}
 X_{12} &= \lambda_{12} IP + \varepsilon_{12} \\
 X_{13} &= \lambda_{13} JK + \varepsilon_{13} \\
 X_{14} &= \lambda_{14} BO + \varepsilon_{14} \\
 X_{15} &= \lambda_{15} BM + \varepsilon_{15} \\
 X_{16} &= \lambda_{16} PP + \varepsilon_{16} \\
 X_{17} &= \lambda_{17} PF + \varepsilon_{17} \\
 X_{18} &= \lambda_{18} PV + \varepsilon_{18}
 \end{aligned}$$

Keterangan :

- KM : Kemampuan manajerial
- KT : Kemampuan teknik
- KS : Kemampuan sosial
- PI : Keinginan mencapai prestasi individu
- RK : Kesiediaan untuk mengambil resiko
- MD : Kemauan perencanaan masa depan usaha
- DS : Terdesentralisasi
- FS : Formal
- KS : Kompleks
- RD : Investasi di R&D
- IS : Investasi di staff / sales force
- IP : Investasi di saluran distribusi
- JK : Pertambahan jumlah karyawan
- BO : Pertumbuhan omzet

BM : Pertumbuhan modal

PP : Pangsa pasar

PF : Profitabilitas

PV : Produktivitas

Sumber : dikembangkan untuk tesis ini.

4. Memilih matrik input dan estimasi model yang dibangun

Program AMOS 4 digunakan untuk estimasi model, dalam program AMOS ada fasilitas untuk memaximum likehood estimation. Teknik estimasi ini sesuai untuk ukuran sample kecil (100-200) dengan asumsi normalitas terpenuhi.

5. Menilai problem identifikasi

Salah satu masalah pada program komputer yang digunakan untuk estimasi adalah masalah identifikasi. Problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Problem identifikasi misalnya standart error dengan koefisien yang besar, adanya varian error yang negatif atau munculnya korelasi yang tinggi. Hair et al (1995,p.659) bila setiap kali estimasi dilakukan muncul problem identifikasi, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

6. Evaluasi kriteria *goodness of fit*

Kesesuaian model dievaluasi melalui berbagai kriteria *goodness of fit*. Beberapa indeks kesesuaian dan cut off value untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak sebagai berikut :

- χ^2 Chi-square statistik, model ini dipandang baik dan memuaskan bila nilai chi-squarenya rendah. Semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan cut of value sebesar $p > 0.05$ atau $p > 0.10$.
- RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation), yang menunjukkan goodness of fit yang dapat diharapkan bila model diestimasi nilai RMSEA lebih kecil atau sama dengan 0.08 sesuai dengan degree of freedom.
- GFI (Goodness of Fit Index), merupakan ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai 0 (poor fit) sampai dengan 1.0 (perfect fit). Nilai yang tinggi itu menunjukkan sebuah better fit.
- AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.
- CMIN/DF adalah The Minimum Sample Diskrepansy Function yang dibagi dengan degree of freedom. CMIN/DF tidak lain adalah statistik Chi-square, χ^2 dibagi Df-nya disebut χ^2 relatif. Bila nilai χ^2 relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari acceptable fit antara model dan data.
- TLI (Tucker Lewis Index), merupakan incremental index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah $>$ atau $= 0,95$ dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan a very good fit.

➤ CFI (Comparative Fit Index), dimana bila mendekati nilai yang direkomendasikan adalah $CFI > \text{atau} = 0,95$.

Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti dalam tabel berikut ini :

Indeks Pengujian Kelayakan Model

Tabel 3.2

Indeks Pengujian Kelayakan Model

Goodness of fit index	Cut-off Value
X^2 Chi-square	Diharapkan kecil
Significaned Probability	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber : Ferdinand, augusty (2000,p.59) dikembangkan untuk RUP

7. Interpretasi dan Modifikasi Model

Model diestimasi residualnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekwensi dari kovarians residual harus bersifat simetrik. Model yang baik mempunyai standarized residual variance yang kecil. Angka 2.58 merupakan batas nilai standart residual yang diperkenankan, yang diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 5 % dan menunjukkan adanya prediction error yang substansial untuk sepasang indicator.

3.6.1 Instrumen Penelitian

Kelayakan dari variabel pada kerangka pikir adalah seperti disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3.3
Instrumen Penelitian

V. Independen	V. Dependen	Kalimat Hipotesis Variabel	Kejelasan Logika
X1	X13	Semakin tinggi kemampuan manajerial usahawan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin tinggi kemampuan manajerial usahawan sehingga tercapai suatu kinerja yang efisien, hemat waktu dan biaya dengan hasil produksi yang maksimal maka akan semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X1	X14	Semakin tinggi kemampuan manajerial usahawan maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin tinggi kemampuan manajerial usahawan sehingga tercapai suatu kinerja yang efisien, hemat waktu dan biaya dengan hasil produksi yang maksimal maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X1	X15	Semakin tinggi kemampuan manajerial usahawan maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin tinggi kemampuan manajerial usahawan sehingga tercapai suatu kinerja yang efisien, hemat waktu dan biaya dengan hasil produksi yang maksimal maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X2	X13	Semakin tinggi kemampuan teknik usahawan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin usahawan berusaha meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan anda dalam mengolah bahan baku industri dan berusaha meningkatkan penerapan teknologi yang tepat guna bagi perusahaan agar dapat menghasilkan hasil produk dengan kualitas yang lebih baik maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X2	X14	Semakin tinggi kemampuan teknik usahawan maka akan	Semakin usahawan berusaha meningkatkan pengetahuan dan

		semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	ketrampilan anda dalam mengolah bahan baku industri dan berusaha meningkatkan penerapan teknologi yang tepat guna bagi perusahaan agar dapat menghasilkan hasil produk dengan kualitas yang lebih baik maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X2	X15	Semakin tinggi kemampuan teknik usahawan maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin usahawan berusaha meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan anda dalam mengolah bahan baku industri dan berusaha meningkatkan penerapan teknologi yang tepat guna bagi perusahaan agar dapat menghasilkan hasil produk dengan kualitas yang lebih baik maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X3	X13	Semakin tinggi kemampuan usahawan dalam bersosialisasi maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin tinggi kemampuan usahawan dalam bersosialisasi membentuk jaringan dan mendapatkan peluang bekerjasama meningkatkan usaha maka akan semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X3	X14	Semakin tinggi kemampuan usahawan dalam bersosialisasi maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin tinggi kemampuan usahawan dalam bersosialisasi membentuk jaringan dan mendapatkan peluang bekerjasama meningkatkan usaha maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X3	X15	Semakin tinggi kemampuan usahawan dalam bersosialisasi maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin tinggi kemampuan usahawan dalam bersosialisasi membentuk jaringan dan mendapatkan peluang bekerjasama meningkatkan usaha maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X4	X13	Semakin besar prestasi yang dimiliki usahawan maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin besar prestasi usahawan untuk maju dan berkembang maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X4	X14	Semakin besar prestasi yang dimiliki usahawan maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin besar prestasi usahawan untuk maju dan berkembang maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X4	X15	Semakin besar prestasi yang dimiliki usahawan	Semakin besar prestasi usahawan untuk maju dan berkembang maka semakin

		maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X5	X13	Semakin usahawan dapat memperkirakan tingkat resiko yang timbul dan berani menanggungnya maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin usahawan dapat memperkirakan tingkat resiko yang timbul dan berani menanggungnya maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X5	X14	Semakin usahawan dapat memperkirakan tingkat resiko yang timbul dan berani menanggungnya maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin usahawan dapat memperkirakan tingkat resiko yang timbul dan berani menanggungnya maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X5	X15	Semakin usahawan dapat memperkirakan tingkat resiko yang timbul dan berani menanggungnya maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin usahawan dapat memperkirakan tingkat resiko yang timbul dan berani menanggungnya maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X6	X13	Semakin tepat perencanaan akan masa depan bisnis maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin tepat perencanaan akan masa depan bisnis maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X6	X14	Semakin tepat perencanaan akan masa depan bisnis maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin tepat perencanaan akan masa depan bisnis maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X6	X15	Semakin tepat perencanaan akan masa depan bisnis maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin tepat perencanaan akan masa depan bisnis maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X7	X13	Semakin tinggi tingkat desentralisasi organisasi pada perusahaan maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin tinggi tingkat desentralisasi organisasi pada perusahaan maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X7	X14	Semakin tinggi tingkat desentralisasi organisasi pada perusahaan maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin tinggi tingkat desentralisasi organisasi pada perusahaan maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X7	X15	Semakin tinggi tingkat desentralisasi organisasi pada perusahaan maka semakin tinggi modal yang	Semakin tinggi tingkat desentralisasi organisasi pada perusahaan maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.

		dibutuhkan.	
X8	X13	Semakin tinggi formalitas pada perusahaan maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin tinggi formalitas pada perusahaan maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X8	X14	Semakin tinggi formalitas pada perusahaan maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin tinggi formalitas pada perusahaan maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X8	X15	Semakin tinggi formalitas pada perusahaan maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin tinggi formalitas pada perusahaan maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X9	X13	Semakin tinggi tingkat kompleksitas pada perusahaan maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin tinggi tingkat kompleksitas pada perusahaan maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X9	X14	Semakin tinggi tingkat kompleksitas pada perusahaan maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin tinggi tingkat kompleksitas pada perusahaan maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X9	X15	Semakin tinggi tingkat kompleksitas pada perusahaan maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin tinggi tingkat kompleksitas pada perusahaan maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X10	X13	Semakin tinggi tingkat pembelajaran R&D untuk berinovasi maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	R&D dengan kreatifitas & inovasinya mampu membuat produk menjadi unik dan menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli maka akan semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X10	X14	Semakin tinggi tingkat pembelajaran R&D untuk berinovasi maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	R&D dengan kreatifitas & inovasinya mampu membuat produk menjadi unik dan menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X10	X15	Semakin tinggi tingkat pembelajaran R&D untuk berinovasi maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	R&D dengan kreatifitas & inovasinya mampu membuat produk menjadi unik dan menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.

X11	X13	Semakin besar investasi pada kemampuan karyawan sebagai sales force maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin besar alokasi dana untuk melatih staff terutama bagian sales force untuk mengembangkan kemampuan mereka di bidang penusaran guna meningkatkan profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X11	X14	Semakin besar investasi pada kemampuan karyawan sebagai sales force maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin besar alokasi dana untuk melatih staff terutama bagian sales force untuk mengembangkan kemampuan mereka di bidang pemasaran guna meningkatkan profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X11	X15	Semakin besar investasi pada kemampuan karyawan sebagai sales force maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin besar alokasi dana untuk melatih staff terutama bagian sales force untuk mengembangkan kemampuan mereka di bidang pemasaran guna meningkatkan profitabilitas perusahaan maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X12	X13	Semakin besar tingkat investasi di saluran distribusi produk maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan jumlah karyawan	Semakin besar tingkat investasi di saluran distribusi produk supaya produk perusahaan memiliki area pasar yang luas maka semakin tinggi peluangnya untuk mendorong bertambahnya jumlah karyawan karena usaha yang semakin besar.
X12	X14	Semakin besar tingkat investasi di saluran distribusi produk maka akan semakin tinggi omzet yang dapat diraih.	Semakin besar tingkat investasi di saluran distribusi produk supaya produk perusahaan memiliki area pasar yang luas maka akan semakin tinggi peluang untuk meningkatkan besarnya omzet.
X12	X15	Semakin besar tingkat investasi di saluran distribusi produk maka semakin tinggi modal yang dibutuhkan.	Semakin besar tingkat investasi di saluran distribusi produk supaya produk perusahaan memiliki area pasar yang luas maka semakin besar kebutuhan modal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
X13	X16	Semakin tinggi tingkat penambahan jumlah karyawan maka akan mendukung besarnya pangsa pasar yang dapat diraih.	Semakin besar kebutuhan akan tenaga kerja untuk berproduksi lebih maksimal maka akan mendukung pencapaian pangsa pasar yang lebih luas karena dapat memenuhi permintaan pasar dan delivery on time.
X13	X17	Semakin tinggi tingkat	Semakin besar kebutuhan akan tenaga

		pertambahan jumlah karyawan maka profitabilitas perusahaan semakin meningkat.	kerja untuk berproduksi lebih maksimal maka akan semakin besar tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan
X13	X18	Semakin tinggi tingkat pertambahan jumlah karyawan maka semakin tinggi tingkat produktivitas perusahaan.	Semakin besar kebutuhan akan tenaga kerja untuk berproduksi lebih maksimal maka akan semakin tinggi tingkat produktivitas.
X14	X16	Semakin besar omzet suatu perusahaan maka akan mendukung besarnya pangsa pasar yang dapat diraih.	Semakin besar omzet yang berhasil diraih oleh suatu perusahaan maka akan mendukung pencapaian pangsa pasar yang lebih luas karena dapat memenuhi permintaan pasar.
X14	X17	Semakin besar omzet suatu perusahaan maka profitabilitas perusahaan semakin meningkat.	Semakin besar omzet yang berhasil diraih oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan
X14	X18	Semakin besar omzet suatu perusahaan maka semakin tinggi tingkat produktivitas perusahaan.	Semakin besar omzet yang berhasil diraih oleh suatu perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat produktivitas perusahaan.
X15	X16	Semakin besar modal yang dibutuhkan maka akan mendukung besarnya pangsa pasar yang dapat diraih.	Semakin besar modal yang dibutuhkan untuk mengembangkan perusahaan maka akan semakin mendukung pencapaian pangsa pasar lebih luas karena dapat memenuhi permintaan pasar dan delivery on time.
X15	X17	Semakin besar modal yang dibutuhkan maka profitabilitas perusahaan semakin meningkat.	Semakin besar modal yang dibutuhkan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan maka akan semakin besar tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan
X15	X18	Semakin besar modal yang dibutuhkan maka semakin tinggi tingkat produktivitas perusahaan.	Semakin besar modal yang dibutuhkan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat produktivitas perusahaan.

3.7 Uji Validity dan Reliability

3.7.1 Uji Validitas (Validity)

Merupakan kemampuan dari construct indicator untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah konsep. Artinya apakah konsep yang telah dibangun tersebut sudah akurat atau belum. Kalau sudah akurat maka variable atau construct tersebut dapat dilanjutkan, sedangkan apabila belum akurat maka perlu dilakukan pengujian ulang. Tujuan yang utama dari kedua uji tersebut yaitu untuk menguji indicator-indicator yang dirumuskan dalam pertanyaan agar penelitian tersebut realibel dan valid. Disini para ahli akan memberikan keputusan ; instrumen dapat digunakan tanpa perbaikan, ada perbaikan dan mungki dirombak. Yang dimaksud para ahli yaitu ahli pemasaran, ahli statistik dan calon responden, (Sugiyono, 1999,p.114).

3.7.2 Uji reliabilitas (Reliability)

Pada dasarnya uji reliabilitas (reliability) menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subjek yang sama. Uji reliabilities dalam SEM diperoleh melalui rumus Hair et al (1995,p.642)

$$\text{Constructreliability} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{(\sum \text{std.loading})^2} \dots\dots\dots (4)$$

Standar loading diperoleh dari standarized loading untuk tiap-tiap indicator yang didapat dari hasil perhitungan komputer.

$\Sigma \epsilon_j$ adalahg measurement error dari tiap indicator. Measurement error didapat dari 1-reabilitas dari indicator.Tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $\geq 0,7$.

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Menguji model penelitian dan hipotesis diarahkan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha terhadap kinerja usaha yang meliputi kemampuan spesifik kewirausahaan, motivasi wirausaha, strategi investasi dan struktur perusahaan. Untuk penelitian ini populasi yang digunakan adalah populasi dari semua Usaha Menengah Industri Pengolahan di Semarang yang terpilih di Semarang yang telah berproduksi minimal 3 tahun. Data yang ada penentuannya sebesar 100 perusahaan dari keseluruhan jumlah populasi sebesar 158 perusahaan berdasarkan data dari departemen perindustrian.

4.2 Proses Pengujian dan Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel-variabel penelitian. Data penelitian diambil dengan menggunakan angket kuesioner, maka sebelum mengambil data perlu pengujian statistic untuk kelayakan angket. Pengujian tersebut berupa uji *reliability dan uji validitas* angket. Kemudian setelah angket melewati uji-uji tersebut, analisis data penelitian dilaksanakan. Pada bagian ini akan disajikan pengujian *goodness of fit* untuk uji *confirmatory factor analysis* dan *structure equation model* serta pengujian hipotesis.

4.2.1 Uji Reliabilitas dan Validitas Angket

Uji reliabilitas angket dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi derajat ketergantungan dan stabilitas dari alat ukur. Uji reliabilitas dan validitas dilakukan dengan melakukan pengujian pada 90 angket yang telah diisi oleh responden pada tahap pra survey.

Angket dikatakan reliable jika Cronbach Alpha diatas 0,70 (Gozali,2001, p.140). Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan diperoleh Cronbach Alpha untuk variabel kemampuan spesifik adalah 0,7661; sedangkan untuk variabel motivasi wirausaha sebesar 0,7851; variabel struktur perusahaan sebesar 0,7918; variabel strategi investasi sebesar 0,7058; variabel pertumbuhan usaha sebesar 0,8796 dan Cronbach Alpha dari variabel kinerja perusahaan adalah sebesar 0,7576. Karena nilai Cronbach Alpha di atas 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian angket reliabel.

Uji validitas angket dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kesahihan angket. Angket dikatakan valid akan mempunyai arti bahwa angket mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dari uji validitas item yang dilakukan diperoleh corrected item total correlation untuk variabel kemampuan spesifik, variabel motivasi wirausaha, variabel struktur perusahaan, variabel strategi investasi, variabel pertumbuhan usaha dan variabel kinerja perusahaan. Seperti pada tabel 4.1. Hasil perhitungan yang dilakukan menunjukkan hasil yang baik, karena syarat minimum yang harus dipenuhi agar angket dikatakan valid/sahih adalah lebih besar dari 0,239 (Gozali,2001, p.143) terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

angket yang digunakan valid. Adapun ringkasan hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1
Ringkasan Hasil Perhitungan Reliabilitas dan Validitas

VARIABEL	CRONBACH ALPHA	VARIABEL INDIKATOR	CORRECTED ITEM TOTAL CORRELATION
Kemampuan Spesifik	0,7661	X1	0,5904
		X2	0,5662
		X3	0,6780
Motivasi Wirausaha	0,7851	X4	0,5936
		X5	0,5380
		X6	0,7981
Struktur Perusahaan	0,7918	X7	0,6664
		X8	0,6014
		X9	0,6366
Strategi Investasi	0,7058	X10	0,4001
		X11	0,7477
		X12	0,4548
Pertumbuhan Usaha	0,8796	X13	0,7596
		X14	0,7985
		X15	0,7755
Kinerja Perusahaan	0,7576	X16	0,5756
		X17	0,6414
		X18	0,5637

Sumber : Data primer diolah

4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatory (Confirmatory Factor Analysis)

Analisis factor konfirmatori yang dilakukan untuk tujuan menyelidiki undimensionalitas dari indicator-indikator yang menjelaskan sebuah factor atau variabel bentukan. Untuk tujuan ini lima variabel diamati untuk dikonfirmasi apakah variabel-variabel itu secara bersama-sama cukup kuat untuk mencerminkan sebuah dimensi dari suatu factor. Variabel-variabel yang dikonfirmasi adalah :

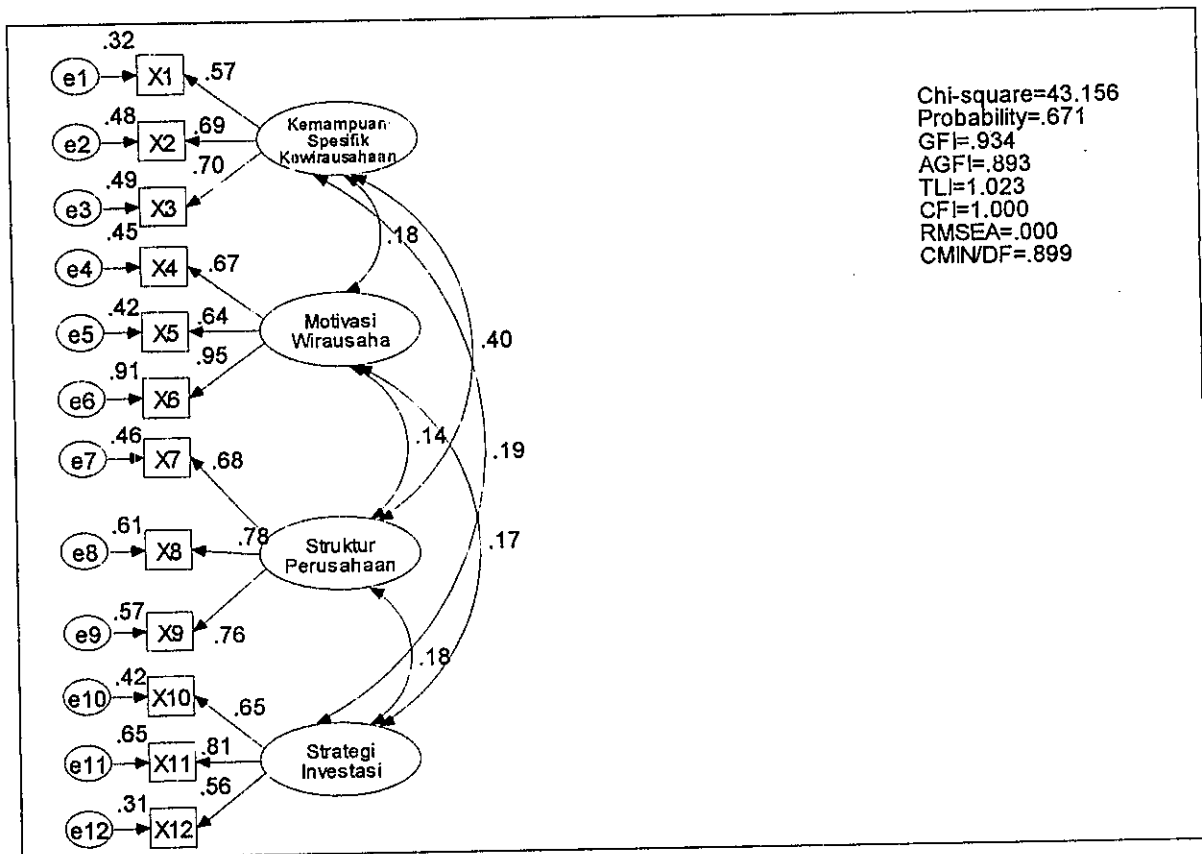
1. *Variable construct 1*, yaitu variabel kemampuan spesifik wirausaha.
2. *Variable construct 2*, yaitu variabel motivasi wirausaha.
3. *Variable construct 3*, yaitu variabel struktur perusahaan.

4. *Variable construct 4*, yaitu variabel strategi investasi.
5. *Variable construct 5*, yaitu variabel pertumbuhan usaha.

Konfirmatori dilakuakn melalui sebuah model *Confirmatory Factor Analysis*

seperti yang di gambar 4.1 ini :

Gambar 4.1
Confirmatory Factor Analysis CFA Konstruk Eksogen



Uji *goodness of fit* dari model *confirmatory factor analysis* dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.2
Goodness of Fit Confirmatory Factor Analysis

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	$\leq 65,16^*$	43,156	Baik
Probabilitas	$\geq 0,05$	0,671	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,934	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,893	Marjinal
TLI	$\geq 0,95$	1,023	Baik
CFI	$\geq 0,95$	1,000	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,000	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	0,899	Baik

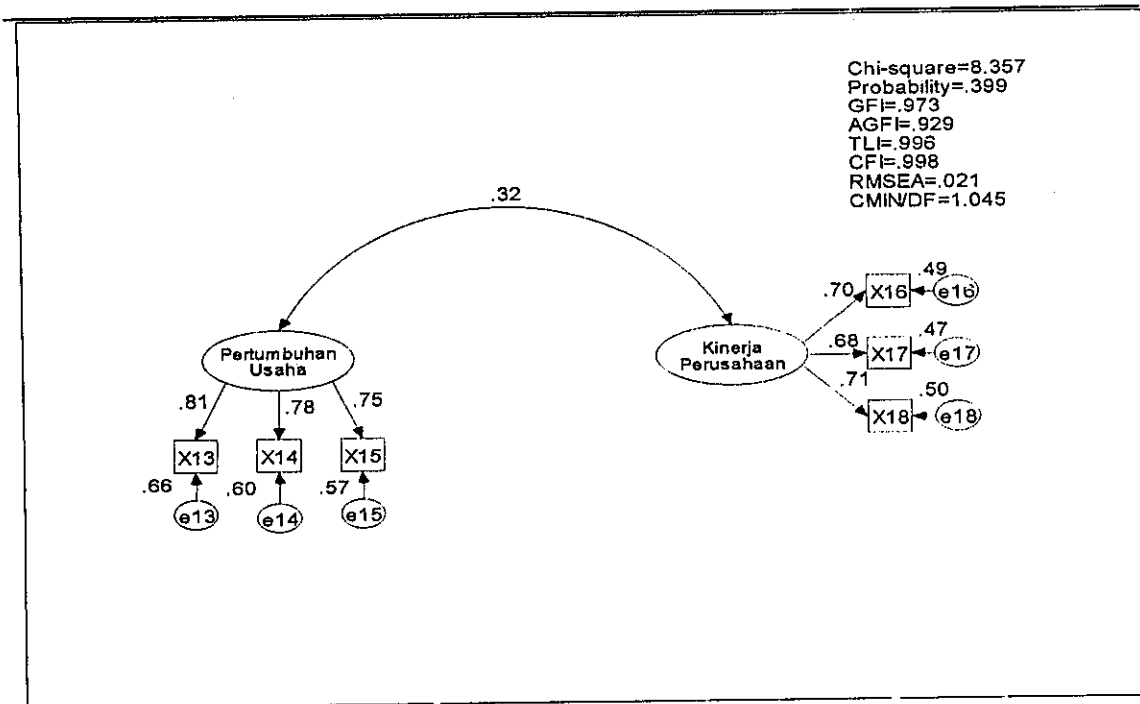
*Nilai Chi Square dengan df 48 pada signifikansi 5%

Tabel 4.3
Regression Weights Confirmatory Factor Analysis

			Estimate	Std. Estimate	S.E.	C.R.	P
X3	<--	Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	1	0.702			
X2	<--	Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	1.017	0.694	0.235	4.325	0
X1	<--	Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	0.906	0.569	0.22	4.114	0
X9	<--	Struktur Perusahaan	1	0.758			
X8	<--	Struktur Perusahaan	1.034	0.783	0.172	5.996	0
X7	<--	Struktur Perusahaan	0.853	0.676	0.149	5.713	0
X12	<--	Strategi Investasi	1	0.559			
X11	<--	Strategi Investasi	1.35	0.806	0.336	4.016	0
X10	<--	Strategi Investasi	1.17	0.645	0.275	4.251	0
X6	<--	Motivasi Wirausaha	1	0.952			
X5	<--	Motivasi Wirausaha	0.774	0.645	0.139	5.586	0
X4	<--	Motivasi Wirausaha	0.889	0.672	0.155	5.748	0

Gambar 4.2
Confirmatory Factor Analysis

CFA Konstruk Endogen



Uji *goodness of fit* dari model *confirmatory factor analysis* dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.4
Goodness of Fit Confirmatory Factor Analysis

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	$\leq 15,507^*$	8,357	Baik
Probabilitas	$\geq 0,05$	0,399	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,973	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,929	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,996	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,998	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,021	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,045	Baik

*Nilai Chi Square dengan df 8 pada signifikansi 5%

Tabel 4.5
Regression Weights Confirmatory Factor Analysis

			Estimate	Std. Estimate	S.E.	C.R.	P
X16	<--	Kinerja Perusahaan	1	0.7			
X17	<--	Kinerja Perusahaan	0.944	0.683	0.194	4.862	0
X18	<--	Kinerja Perusahaan	1.12	0.706	0.23	4.88	0
X15	<--	Pertumbuhan Usaha	1	0.753			
X14	<--	Pertumbuhan Usaha	1.111	0.776	0.164	6.794	0
X13	<--	Pertumbuhan Usaha	0.962	0.81	0.14	6.869	0

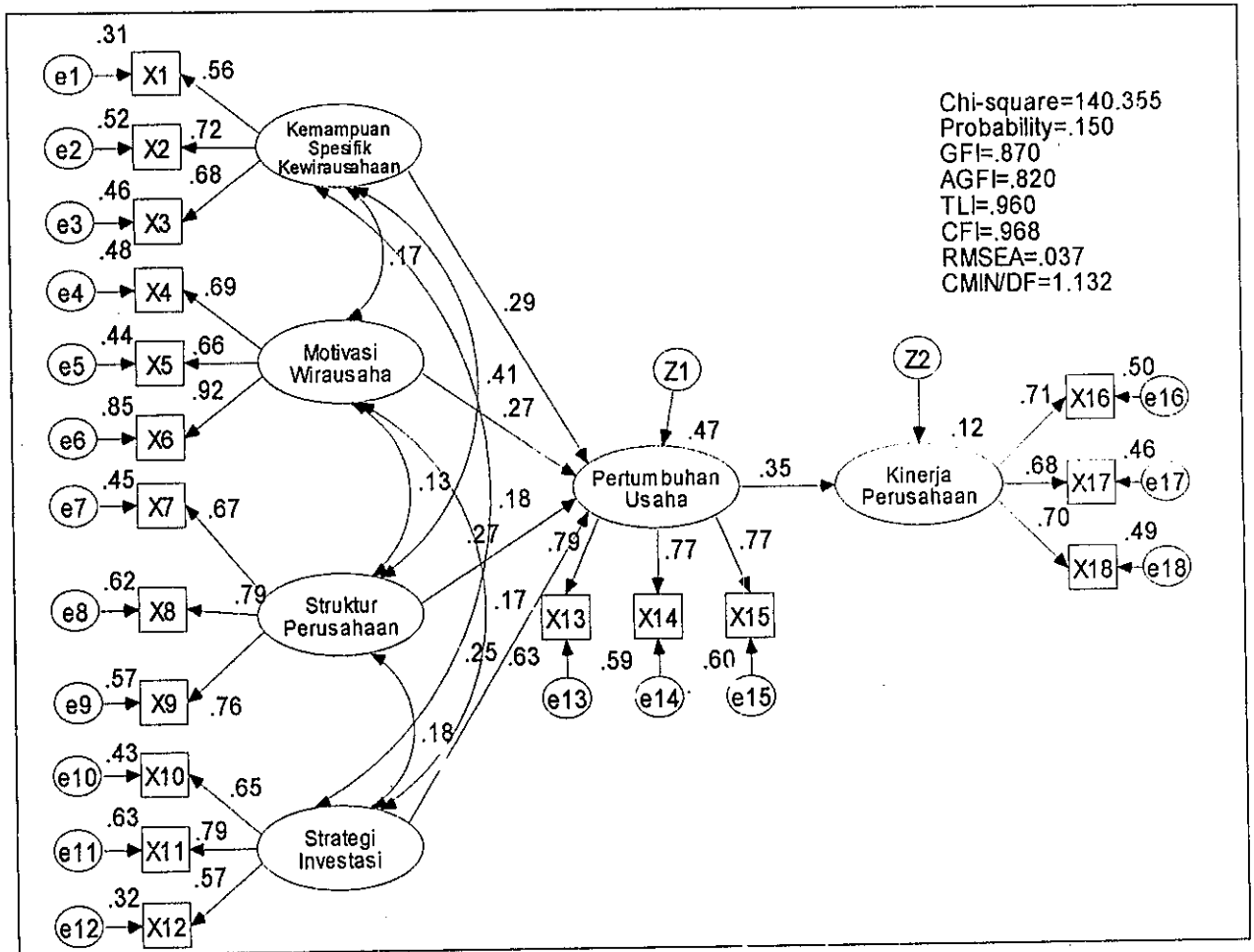
Pengujian yang menggunakan *confirmatory factor analysis* menunjukkan bahwa model ini dapat diterima. Tingkat signifikansi dari *confirmatory factor analysis* sebesar 0,671 dan 0,399 menunjukkan bahwa hipotesa nol yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians populasi yang diestimasi tidak ditolak maka model ini diterima. Maka *confirmatory factor analysis* pada pengukuran model diatas menunjukkan bahwa model di atas dapat diterima walaupun dengan beberapa keterbatasan karena AGFI hanya menunjukkan tingkat penerimaan yang marjinal karena tidak memenuhi ketentuan minimum yaitu lebih besar atau sama dengan 0,90.

Nilai koefisien regresi untuk masing-masing indikator akan memenuhi syarat jika nilai *Critical Ratio* diatas 1,96. *Critical Ratio* atau CR identik dengan t-hitung dalam analisis regresi. Maka C.R yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan variabel-variabel itu signifikan pada taraf signifikansi 5 % dan merupakan dimensi dari factor *latent* yang dibentuk (Hair et al,1995,pg.25) *Regression Weight* konstruk eksogen dan konstruk endogen dari *confirmatory factor analysis* menunjukkan bahwa factor *loading* masing-masing indikator menunjukkan tingkat penerimaan diatas 0,40, karena menurut Hair et al (1995,p.648) syarat suatu indikator yang merupakan dimensi dari suatu variabel bentukan adalah jika *loading factor*-nya lebih dari 0,4.

4.2.3 Structural Equation Model

Langkah analisis selanjutnya adalah analisis terhadap *full model* dengan menggunakan SEM. Hasil analisis terhadap *full model* dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut :

Gambar 4.3
Structural Equation Model



Sumber : Data primer diolah

Analisis selanjutnya yang dilakukan adalah evaluasi asumsi-asumsi aplikasi SEM. Dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Normalitas Data
2. Uji Outliers.
3. Pengujian terhadap Nilai Residual.
4. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit.
5. Evaluasi atas Regression Weight untuk Uji Kausalitas.
6. Uji Reliability dan Variance Extract.

4.2.4 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Aplikasi SEM

Evaluasi ini merupakan syarat yang harus dipenuhi atas asumsi-asumsi dari aplikasi SEM. Pengembangan model dalam penelitian ini menggunakan pengukuran dengan pengujian model SEM secara penuh atau *Full Structural Equation Modelling Construction*.

4.2.4.1 Normalitas Data

Hasil pengujian normalitas univariate dan multivariate terhadap data yang digunakan dalam analisis ini diuji dengan menggunakan AMOS 4.0. Hasil dari analisis seperti tersaji

Tabel 4.6
Normalitas Data

Assessment of normality

	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X4	3	9	-0.572	-2.333	-0.159	-0.325
X5	3	9	-0.575	-2.345	-0.147	-0.301
X6	4	9	-0.615	-2.512	0.401	0.819
X13	3	9	-0.287	-1.172	-0.06	-0.122
X14	3	9	-0.455	-1.857	-0.527	-1.076
X15	3	9	-0.305	-1.247	-0.328	-0.67
X18	2	10	-0.436	-1.781	-0.284	-0.58
X17	3	9	-0.461	-1.884	-0.626	-1.277
X16	3	9	-0.511	-2.086	-0.544	-1.11
X10	2	10	-0.257	-1.048	-0.379	-0.774
X11	3	9	-0.606	-2.474	-0.467	-0.952
X12	3	9	-0.549	-2.242	-0.754	-1.539
X7	3	10	-0.454	-1.854	-0.424	-0.866
X8	2	9	-0.492	-2.007	-0.665	-1.358
X9	2	9	-0.304	-1.241	-0.738	-1.506
X1	3	10	-0.428	-1.749	-0.164	-0.334
X2	4	9	-0.131	-0.533	-0.637	-1.301
X3	3	9	-0.251	-1.025	-0.308	-0.628
Multivariate					6.134	1.143

Nilai *Critical Ratio* yang digunakan adalah sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi 1 %, artinya jika nilai dari CR. Skew melebihi harga mutlak dari 2,58 maka variabel disimpulkan tidak terdistribusi normal. Hasil dari perhitungan dapat disimpulkan bahwa tidak ada bukti kalau data yang digunakan mempunyai sebaran yang tidak normal, karena nilai CR Skew berada pada kisaran antara $\pm 2,58$. Uji normalitas ini terdiri dari uji normalitas tunggal maupun normalitas multivariate, dimana dalam uji normalitas multivariate beberapa variabel secara bersama-sama dalam analisis akhir.

4.2.4.2 Uji Outliers

Pengujian *outliers* bertujuan untuk mengobservasi data yang bernilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal ataupun variabel-variabel kombinasi (Hair et al, 1998).Pengevaluasian *outliers* dapat dengan dua cara yaitu analisis terhadap *univariate outliers* dan analisis terhadap *multivariate outliers* (Hair et al.,1998)

Mendeteksi adanya univariate outliers dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang dikategorikan sebagai outliers dengan cara mengkonversi nilai data penelitian kedalam standard score atau yang biasa disebut Z score, yang memiliki nilai rata-rata nol dengan standard deviasi sebesar 1,00 (Hair et al, 1998). Observasi-observasi yang memiliki score lebih besar $\pm 3,0$ dikategorikan outliers artinya data yang melebihi nilai mutlak 3 dapat disimpulkan outliers. Pengujian univariate outliers ini dilakukan perkonstruk variabel dengan program SPSS Versi 10, hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7

Statistika Deskriptif Univariate Outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(X1)	100	-2.48128	2.23855	.0000000	1.0000000
Zscore(X2)	100	-1.80034	1.85889	.0000000	1.0000000
Zscore(X3)	100	-2.67201	1.84406	.0000000	1.0000000
Zscore(X4)	100	-2.63944	1.60631	.0000000	1.0000000
Zscore(X5)	100	-2.89497	1.78692	.0000000	1.0000000
Zscore(X6)	100	-2.48703	1.97001	.0000000	1.0000000
Zscore(X7)	100	-2.12529	2.22472	.0000000	1.0000000
Zscore(X8)	100	-2.55231	1.60261	.0000000	1.0000000
Zscore(X9)	100	-2.63710	1.52049	.0000000	1.0000000
Zscore(X10)	100	-2.50652	2.00974	.0000000	1.0000000
Zscore(X11)	100	-2.15164	1.51593	.0000000	1.0000000
Zscore(X12)	100	-2.10088	1.33380	.0000000	1.0000000
Zscore(X13)	100	-2.87188	1.86199	.0000000	1.0000000
Zscore(X14)	100	-2.29788	1.63012	.0000000	1.0000000
Zscore(X15)	100	-2.50549	1.72914	.0000000	1.0000000
Zscore(X16)	100	-2.43225	1.73732	.0000000	1.0000000
Zscore(X17)	100	-2.32112	1.99056	.0000000	1.0000000
Zscore(X18)	100	-2.57948	2.42922	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan hasil komputasi uji outliers dapat diketahui bahwa nilai Z berada pada harga range ± 3 . Jadi tidak ada univariate outliers dalam data yang dianalisis.

Multivariate Outliers

Evaluasi terhadap adanya *multivariate outliers* dilakukan, sebab meskipun data yang dianalisis menunjukkan tidak adanya outliers pada tingkat univariate namun diantara observasi-observasi itu dapat menjadi outliers bila sudah digabungkan dalam suatu model structural. Jarak Mahalanobis tiap-tiap observasi dapat dihitung dan akan menunjukkan jarak sebuah observasi dari rata-rata semua variabel dalam sebuah ruang multidimensional (Hair et al.,1998 ; Tabachnick dan

Fidell, 1996 dalam AT.Ferdinand, 2000,p.99). Uji terhadap *multivariate outliers* dilakukan dengan 18 variabel bebas yaitu $X^2 (18; 0.001) = 49,189$ dari model yang diajukan dalam penelitian ini merupakan *multivariate outliers*. Namun dalam hal analisis jika outliers ditemukan, tidak perlu dihilangkan dari analisis selanjutnya, karena data tersebut menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dan tidak terdapat alasan khusus dari profil responden tersebut yang menyebabkan harus dikeluarkan dari analisis tersebut (AT. Ferdinand,2000,p.104). Jika dilihat dari hasil pada output AMOS pada lampiran tidak terdapat indikasi *multivariate outliers*.

4.2.4.3 Evaluasi Pemenuhan Asumsi Multikolinieritas

Dengan menggunakan AMOS 4,0 uji ini dapat dideteksi dari determinan matriks kovarian. Nilai determinan matriks kovarian yang sangat kecil memberi indikasi adanya problem multikolinieritas. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh nilai determinan matriks kovarian sampel sebesar :

Nilai Determinan Matrik Kovarian : 1.2589 e + 003

Hasil ini mengidentifikasi nilai yang jauh dari nol. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian layak untuk digunakan.

4.2.4.4 Pengujian Terhadap Nilai Residual

Pengujian terhadap nilai residual bertujuan mengidentifikasi bahwa secara signifikan model yang sudah dapat diterima perlu adanya modifikasi. Model tidak perlu dimodifikasi jika nilai residual yang ditetapkan adalah tidak

melebihi ± 2.58 , hal ini mempunyai arti bahwa nilai residual harus tidak melebihi harga mutlak 2,58, pada taraf signifikansi 1% diatas $\pm 2,58$, (Hair et al., 1998,p.668). Dari hasil penelitian ini tidak ada nilai residual yang melebihi nilai mutlak 2,58, sehingga tidak perlu memodifikasi model penelitian. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Standardized Residual Covariances

Standardized Residual Covariances																		
	X4	X5	X6	X13	X14	X15	X18	X17	X16	X10	X11	X12	X7	X8	X9	X1	X2	X3
X4	0																	
X5	-0.016	0																
X6	0.006	-0.003	0															
X13	-0.363	-0.678	-0.582	0														
X14	-0.113	0.429	-0.622	0.173	0													
X15	0.607	0.656	1.141	-0.071	-0.049	0												
X18	-0.031	-0.366	-0.18	-0.639	-0.682	-0.592	0											
X17	-0.279	-1.087	-0.74	0.093	-0.265	-1.067	0.259	0										
X16	0.34	0.745	1.126	0.757	0.169	1.079	-0.061	-0.184	0									
X10	-1.079	-0.688	0.523	0.236	-0.997	0.438	-0.771	0.531	0.358	0								
X11	-1.343	-0.392	-0.179	-0.431	-0.537	0.499	-0.26	-0.508	0.349	0.091	0							
X12	0.16	0.915	0.973	-0.219	0.128	1.582	1.114	0.49	1.192	-0.185	-0.03	0						
X7	0.634	-0.191	0.672	0.052	-0.264	-0.459	0.77	1.702	1.277	0.324	-0.373	0.347	0					
X8	-1.264	0.178	-0.358	-0.342	0.988	-0.507	-1.308	0.944	-0.308	0.115	0.282	-0.224	0.108	0				
X9	-0.698	-0.767	0.472	-0.456	0.114	0.426	-0.108	1.996	1.711	-0.692	-0.046	0.408	0.006	-0.076	0			
X1	-0.743	0.774	-0.262	0.856	-0.84	-0.851	-0.108	1.326	2.019	-0.35	1.253	0.49	-0.918	-0.364	0.123	0		
X2	-0.58	-0.233	-0.446	0.479	1.194	-1.187	0.37	0.936	0.928	-1.567	-0.001	-0.148	0.134	0.663	1.037	-0.271	0	
X3	0.249	0.458	0.774	0.458	-0.725	-0.163	-1.39	-0.539	0.375	0.082	-0.125	0.906	-0.972	-0.679	-0.229	0.473	-0.074	0

Standardized Total Effects - Estimates

	Motivasi Wirau	Strategi Invest	Struktur Perus	Kemampuan S	Pertumbuhan	Kinerja Perusa
Pertumbuhan Usaha	0.272	0.249	0.265	0.286	0	0
Kinerja Perusahaan	0.094	0.086	0.092	0.099	0.346	0

Standardized Direct Effects - Estimates

	Motivasi Wirau	Strategi Invest	Struktur Perus	Kemampuan S	Pertumbuhan	Kinerja Perusa
Pertumbuhan Usaha	0.272	0.249	0.265	0.286	0	0
Kinerja Perusahaan	0	0	0	0	0.346	0

Standardized Indirect Effects - Estimates

	Motivasi Wirau	Strategi Invest	Struktur Perus	Kemampuan S	Pertumbuhan	Kinerja Perusa
Pertumbuhan Usaha	0	0	0	0	0	0
Kinerja Perusahaan	0.094	0.086	0.092	0.099	0	0

4.2.4.5 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit

Berdasarkan perhitungan dengan program AMOS untuk model SEM ini, dihasilkan indeks-indeks goodness of fit sebagai berikut :

Tabel 4.9

Tabel Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indeks

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	$\leq 150,62^*$	140,355	Baik
Probabilitas	$\geq 0,05$	0,150	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,870	Marjinal
AGFI	$\geq 0,90$	0,820	Marjinal
TLI	$\geq 0,95$	0,960	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,968	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,037	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,132	Baik

*Nilai Chi Square dengan df 124 pada signifikansi 5%

Sumber : Data primer diolah

Hasil dari pengujian menggunakan Structure Equation Model diperoleh probabilitas sebesar 0,150. Hal ini mempunyai arti bahwa hipotesa nol yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarian sampel dan matriks kovarian populasi yang diestimasi tidak dapat ditolak. Indeks lainnya ternyata menunjukkan pula tingkat penerimaan yang baik. Structure Equation Model tersebut menunjukkan bahwa model dapat diterima walaupun dengan beberapa keterbatasan karena hal-hal berikut :

1. GFI hanya menunjukkan tingkat penerimaan yang marginal karena tidak memenuhi ketentuan minimum yaitu lebih besar atau sama dengan 0,90.
2. AGFI hanya menunjukkan tingkat penerimaan yang marginal karena tidak memenuhi ketentuan minimum yaitu lebih besar atau sama dengan 0,90.

4.2.4.6 Evaluasi Atas Regression Weights untuk Uji Kausalitas

Pengujian hipotesis kausalitas yang dikembangkan dalam model ini dilakukan dengan uji yang lazim digunakan dalam model-model regresi. Tabel 4.10 berikut ini menyajikan nilai-nilai koefisien nilai regresi dan CR (dalam AMOS CR identik dengan t-hitung dalam regresi).

Tabel 4.10
Standardized Regression Weights Structural Equation Model

		Estimate	Std. Estimate	S.E.	C.R.	P
Pertumbuhan Usaha	<-- Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	0.348	0.286	0.165	2.108	0.035
Pertumbuhan Usaha	<-- Motivasi Wirausaha	0.289	0.272	0.114	2.545	0.011
Pertumbuhan Usaha	<-- Struktur Perusahaan	0.229	0.265	0.108	2.127	0.033
Pertumbuhan Usaha	<-- Strategi Investasi	0.276	0.249	0.133	2.075	0.038
Kinerja Perusahaan	<-- Pertumbuhan Usaha	0.32	0.346	0.123	2.608	0.009
X3	<-- Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	1	0.679			
X2	<-- Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	1.094	0.722	0.24	4.553	0
X1	<-- Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	0.914	0.556	0.22	4.154	0
X9	<-- Struktur Perusahaan	1	0.756			
X8	<-- Struktur Perusahaan	1.042	0.788	0.168	6.188	0
X7	<-- Struktur Perusahaan	0.849	0.672	0.147	5.771	0
X12	<-- Strategi Investasi	1	0.568			
X11	<-- Strategi Investasi	1.304	0.791	0.308	4.232	0
X10	<-- Strategi Investasi	1.166	0.653	0.27	4.312	0
X16	<-- Kinerja Perusahaan	1	0.707			
X17	<-- Kinerja Perusahaan	0.932	0.682	0.191	4.877	0
X18	<-- Kinerja Perusahaan	1.098	0.699	0.224	4.896	0
X15	<-- Pertumbuhan Usaha	1	0.775			
X14	<-- Pertumbuhan Usaha	1.066	0.766	0.149	7.17	0
X13	<-- Pertumbuhan Usaha	0.916	0.793	0.124	7.359	0
X6	<-- Motivasi Wirausaha	1	0.921			
X5	<-- Motivasi Wirausaha	0.823	0.663	0.135	6.074	0
X4	<-- Motivasi Wirausaha	0.948	0.693	0.151	6.28	0

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel 4.10 terlihat bahwa seluruh hubungan kausalitas antar variabel yang ada dalam model ini memiliki nilai CR yang lebih besar dari 1,96. Dengan menggunakan taraf signifikansi 5 % maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis-hipotesis dari penelitian ini dapat diterima dengan taraf signifikansinya sebesar 5 %.

4.2.4.7 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan bahwa sampai dimana masing-masing indikator tersebut mengindikasikan sebuah konstruk. Pengujian reliabilitas ini menggunakan dua uji yaitu :

- a. Composite Reliability (Construct Reliability)
- b. Variance Extracted

Composite Reliability (Construct Reliability)

Persamaan Construct Reliability :

$$CR = \frac{(\sum \text{Std loading})^2}{(\sum \text{Std loading})^2 + \sum E_j}$$

Sum of Standarized Loadings.

Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	= 0,56 + 0,72 + 0,68 = 1,96
Motivasi Wirausaha	= 0,69 + 0,66 + 0,92 = 2,27
Struktur Perusahaan	= 0,67 + 0,79 + 0,76 = 2,22
Strategi Investasi	= 0,65 + 0,79 + 0,57 = 2,01
Pertumbuhan Usaha	= 0,79 + 0,77 + 0,77 = 2,33
Kinerja Perusahaan	= 0,71 + 0,68 + 0,79 = 2,18

Sum of Measurement Error

Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	= 0,68 + 0,48 + 0,53 = 1,69
Motivasi Wirausaha	= 0,52 + 0,56 + 0,15 = 1,23

Struktur Perusahaan	$= 0,55 + 0,37 + 0,42 = 1,34$
Strategi Investasi	$= 0,57 + 0,37 + 0,67 = 1,61$
Pertumbuhan Usaha	$= 0,37 + 0,40 + 0,40 = 1,17$
Kinerja Perusahaan	$= 0,49 + 0,53 + 0,37 = 1,39$

Reliability Computation

Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	$= \frac{(1,96)^2}{(1,96)^2 + 1,69} = 0,70$
Motivasi Wirausaha	$= \frac{(2,27)^2}{(2,27)^2 + 1,23} = 0,81$
Struktur Perusahaan	$= \frac{(2,22)^2}{(2,22)^2 + 1,34} = 0,78$
Strategi Investasi	$= \frac{(2,01)^2}{(2,01)^2 + 1,61} = 0,71$
Pertumbuhan Usaha	$= \frac{2,33^2}{(2,33)^2 + 1,17} = 0,82$
Kinerja Perusahaan	$= \frac{(2,18)^2}{(2,18)^2 + 1,39} = 0,77$

Dari lima variabel bentukan yang diuji, semua variabel tersebut mempunyai nilai reliabilitas di atas 0,7. Nilai batas yang digunakan untuk menilai tingkat

reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,70 (A.T. Ferdinand, 2000 : p. 60).

Berdasarkan hal tersebut maka variabel yang digunakan telah memenuhi syarat.

Sum Square Standart Loading

Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	$= 0,56^2 + 0,72^2 + 0,68^2$	$= 1,29$
Motivasi Wirausaha	$= 0,69^2 + 0,66^2 + 0,92^2$	$= 1,76$
Struktur Perusahaan	$= 0,67^2 + 0,79^2 + 0,76^2$	$= 1,65$
Strategi Investasi	$= 0,65^2 + 0,79^2 + 0,57^2$	$= 1,37$
Pertumbuhan Usaha	$= 0,79^2 + 0,77^2 + 0,77^2$	$= 1,80$
Kinerja Perusahaan	$= 0,71^2 + 0,68^2 + 0,79^2$	$= 1,59$

Persamaan Variance Extract Computation

$$VE = \frac{\sum (Std\ loading^2)}{\sum (Std\ loading^2) + \sum E_j}$$

Variance Extract Computation

Kemampuan Spesifik Kewirausahaan	$= \frac{1,29}{1,29 + 1,69}$	$= 0,43$
Motivasi Wirausaha	$= \frac{1,76}{1,76 + 1,23}$	$= 0,58$
Struktur Perusahaan	$= \frac{1,65}{1,65 + 1,34}$	$= 0,55$

Strategi Investasi	$= \frac{1,37}{1,37 + 1,61} = 0,46$
Pertumbuhan Usaha	$= \frac{1,80}{1,80 + 1,17} = 0,60$
Kinerja Perusahaan	$= \frac{1,59}{1,59 + 1,39} = 0,53$

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa nilai *variance extract* empat dari enam variabel yang diteliti ternyata berada di atas nilai yang direkomendasikan oleh Hair *et al.* (1998, p. 642) yaitu lebih besar dari 0,5. Sementara itu dua dari enam variabel yang diteliti yaitu Kemampuan Spesifik Kewirausahaan dan Strategi Investasi memiliki nilai *variance extract* yang lebih kecil dari 0,5 namun nilai tersebut masih terpaut cukup sedikit dengan pedoman yang ada (0,5). Lebih lanjut Hair *et al.* (1998, p. 641) menyatakan bahwa nilai di bawah pedoman tersebut dapat diterima pada penelitian-penelitian yang masih bersifat eksploratif.

4.3 Pengujian Hipotesis

1.3.1 Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa semakin besar kemampuan spesifik usahawan, maka akan semakin besar pertumbuhan usaha yang dicapai. Sedangkan indikator-indikator kemampuan spesifik usahawan terdiri dari kemampuan

manajerial, kecakapan teknis dan kemampuan sosial wirausaha dalam menjalankan usahanya. Parameter estimasi antara kemampuan spesifik wirausaha dengan pertumbuhan usaha menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai 2,108 maka $> 1,96$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,035. Sehingga hipotesis 1 dapat dibuktikan.

1.3.2 Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa semakin besar motivasi wirausaha untuk dapat berhasil dalam usahanya maka akan semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan usaha yang dicapai. Hasil pengolahan data memperlihatkan bahwa nilai CR pada hubungan antara motivasi wirausaha dan pertumbuhan usaha adalah sebesar 2,548 dengan nilai P sebesar 0,011. Motivasi wirausaha yang mendukung pertumbuhan usaha adalah suatu keinginan untuk mencapai berprestasi dalam usahanya, kesediaan untuk mengambil resiko usaha dan kemauan perencanaan masa depan usaha yang terkonsep dengan baik.

1.3.3 Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa semakin teraturnya struktur perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha. Indikator dari struktur perusahaan yang mempengaruhi pertumbuhan usaha adalah terdesentralisasi, formal dan kompleksnya perusahaan. Dalam penelitian ini besarnya CR adalah 2,127 dengan signifikansi sebesar 0,033. Maka hipotesis 3 dapat diterima.

1.3.4 Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis 4 menyatakan bahwa semakin baik dalam melakukan investasi maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha. Dengan indikator Investasi di R&D, investasi di staff / sales force, investasi di saluran distribusi. Hasil pengolahan data memperlihatkan nilai CR antara strategi investasi dan pertumbuhan usaha sebesar 2,075 dan nilai P sebesar 0,038. Dengan nilai ini maka CR tersebut telah memenuhi batasan kritis sebesar 1,96 dan dibawah taraf signifikansi yaitu 0,05. Terbukti hipotesis 4 yang diajukan dapat diterima.

1.3.5 Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis 5 menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha maka akan semakin tinggi tingkat kinerja perusahaan. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai CR sebesar 2,608 berarti $> 1,96$ dan nilai P sebesar 0,009, sehingga hipotesis 5 ini dapat diterima. Tingkat pertumbuhan usaha suatu perusahaan dengan indikator besarnya jumlah karyawan, pertumbuhan omzet dan pertumbuhan modal telah terbukti mempengaruhi tingkat kinerja perusahaan.

4.4 Kesimpulan Pengujian Hipotesis

Tabel 4.11
Kesimpulan Pengujian Hipotesis

HIPOTESIS	CUT OF VALUE	NILAI CR	HASIL
Hipotesa 1 : semakin besar kemampuan spesifik usahawan maka akan semakin besar pertumbuhan usaha yang dicapai.	> 1,96	2,108	diterima
Hipotesa 2: semakin besar motivasi wirausaha untuk dapat berhasil dalam usahanya maka akan semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan usaha yang dicapai	> 1,96	2,545	diterima
Hipotesa 3 : semakin baik struktur perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha.	> 1,96	2,127	diterima
Hipotesa 4 : semakin baik dalam melakukan investasi perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha	> 1,96	2,075	diterima
Hipotesa 5 : semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha maka akan semakin tinggi tingkat kinerja perusahaan	> 1,96	2,608	diterima

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Pendahuluan

Dalam bab I telah dijelaskan mengenai pertumbuhan perusahaan kecil. Dimana pertumbuhan perusahaan kecil, terutama pada usaha menengah industri pengolahan di Semarang mengalami hambatan dalam pertumbuhannya. Sehingga diperlukan suatu penelitian dengan model yang dibentuk dari adaptasi penelitian-penelitian terdahulu, yang hasilnya dapat dipergunakan untuk usaha meningkatkan pertumbuhan perusahaan kecil terutama usaha industri kecil. Beberapa faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemampuan spesifik wirausaha, motivasi, struktur perusahaan, strategi investasi, pertumbuhan usaha dan kinerja perusahaan.

Dengan demikian dalam penelitian ini dikembangkan sebuah model penelitian yang didasarkan pada telaah pustaka pada bab II yang menguji pengaruh kemampuan spesifik wirausaha, motivasi, struktur perusahaan dan strategi investasi terhadap pertumbuhan perusahaan dan kinerja perusahaan.

Adapun penelitian ini menggunakan alat analisis Structural Equation Modelling pada program Amos 4.0 untuk menguji hubungan kausalitas anatar variabel secara simultan. Populasi penelitian ini adalah para pemilik usaha menengah industri pengolahan di Semarang.

Dari hasil analisis data bab IV, didapatkan kesimpulan hipotesis, yaitu semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, karena terbukti ada hubungan positif antara kemampuan spesifik wirausaha, motivasi, struktur

perusahaan dan strategi investasi terhadap pertumbuhan perusahaan dan kinerja perusahaan. Pada pengujian tingkat kebaikan model, hasil penelitian ini memberikan hasil sebagai berikut, Chi Square: 140,355 ; Probability: 0,150 ; RMSEA : 0,037 ; GFI: 0,870 ; AGFI : 0,820 ; CMIN/DF : 1,132 ; TLI : 0,960 ; CFI : 0,968. Dalam akhir penelitian ini akan dimunculkan kesimpulan dari keseluruhan penelitian ini dan akan dibentuk implikasi kebijakan yang diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan kecil pada umumnya terutama perusahaan industri kecil.

5.2 Kesimpulan Hipotesis

5.2.1 Kesimpulan Hipotesis 1

Hipotesis 1 : Semakin besar kemampuan spesifik wirausaha, maka akan semakin besar pertumbuhan usaha yang dicapai.

Pada hipotesis 1 ini dapat diambil suatu pengertian bahwa semakin tinggi tingkat kemampuan spesifik wirausaha maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kemampuan wirausaha dalam bidang manajerial sangat mempengaruhi pertumbuhan usaha. Kemampuan manajerial itu antara lain kemampuan untuk mengenal suatu peluang bisnis yang besar, dapat mengerti kebutuhan konsumen, mempunyai kemampuan internal yang kuat untuk menyelami penyelesaian usaha, mampu mengambil keputusan alokasi sumber daya dengan hasil yang maksimum, kemampuan untuk memotivasi dan memimpin karyawan, kemampuan untuk mengorganisir sumber daya dan menjalankan organisasi . Sedangkan kemampuan teknis juga sangat mempengaruhi pertumbuhan usaha karena dengan kemampuan teknis yang dimiliki

oleh wirausaha maka wirausaha dapat secara langsung turut serta dalam pengembangan suatu produk. Begitu pula dengan kemampuan social wirausaha yang sangat mempengaruhi pertumbuhan usaha, karena wirausaha yang memiliki kemampuan sosial yang tinggi maka akan dengan mudah menjalin hubungan kerjasama dan membentuk jaringan yang mendukung pertumbuhan usahanya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan secara empiris, bahwa semakin besar kemampuan spesifik usahawan yang berkenaan dengan kemampuan manajerial, kecakapan teknis dan kemampuan sosial, maka akan semakin besar pertumbuhan usaha yang dicapai.

5.2.2 Kesimpulan Hipotesis 2

Hipotesis 2: Semakin besar motivasi wirausaha untuk dapat berhasil dalam usahanya maka akan semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan usaha yang dicapai.

Dari hipotesis 2 dapat diketahui bahwa besarnya motivasi wirausaha untuk dapat berhasil dalam usahanya sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaannya. Dalam perusahaan industri menengah yang telah diteliti terbukti bahwa tingkat motivasi wirausaha untuk memperoleh prestasi, keberanian untuk mengambil resiko usaha dan perencanaan akan perkembangan masa depan perusahaan sangatlah mendukung lajunya pertumbuhan usaha. Karena dengan semangat yang tinggi untuk berusaha lebih baik dan terencana akan membuahkan hasil baik bagi perusahaan kecil di masa depan

Keinginan wirausaha untuk belajar memiliki suatu visi, keberhasilan pertumbuhan usaha, dan keyakinan diri sebagai konsep motivasi. Pentingnya visi,

tujuan keberhasilan bisnis, dan kepercayaan diri untuk perencanaan dan kinerja usaha (Bird, 1989; Low & Macmillan, 1988).

5.2.3 Kesimpulan Hipotesis 3

Hipotesis 3 : Semakin baik struktur perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha.

Pada hipotesis 3 ini dapat diambil pengertian bahwa struktur perusahaan yang meliputi terdesentralisasi, formal dan kompleksnya perusahaan sangat berpengaruh pada tingginya tingkat pertumbuhan usaha. Dan hipotesis ini telah dibuktikan dalam penelitian ini. Pengusaha membutuhkan suatu susunan struktur perusahaan yang baik supaya dapat memutuskan suatu strategi yang tepat guna memajukan usahanya.

Struktur perusahaan harus didukung tenaga kerja dengan keahlian masing-masing yang sangat dibutuhkan untuk memajukan perusahaan.(Pelham dan Wilson,1996,p.40) . Faktor-faktor yang berpengaruh dalam struktur perusahaan (Yun Lin, 1998) dan (Pelham dan Wilson,1996,p.40):

- Kompleksitas: pengaturan cabang, menggabungkan para penyalur, melakukan diversifikasi ke bisnis lain, membentuk suatu usaha patungan dengan perusahaan lain.
- Formalitas: kebijakan ganti-rugi formal, kebijakan jam kerja fleksibel, sistem insentif baru, membentuk manajemen yang mengontrol kualitas, R & D , pengaturan sistem pengawasan intern, pusat pengendalian biaya, deskripsi tugas kerja yang tertulis dan instruksi kerja yang tertulis. Koordinasi dalam frekwensi

aktivitas atau proses pengambilan keputusan mengenai strategi produksi, distribusi, pemasaran, keputusan anggaran modal dan R&D, pembiayaan investasi jangka panjang.

- Pemusatan / desentralisasi : memusatkan sistem membeli, jumlah staff pendukung, administrasi, R&D; mendesentralisasi sistem kendali, system control yang digunakan perusahaan seperti sistem informasi dan Manajemen pengendalian menyeluruh, pengendalian harga dan biaya, target laba.
- Disain kembali organisatoris: mengkombinasikan departemen, mengubah dari unit fungsional ke unit bisnis strategis, mengubah struktur organisasi.

5.2.4 Kesimpulan Hipotesis 4

Hipotesis 4: Semakin baik dalam melakukan investasi perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha

Pada hipotesis 4 dapat diambil suatu pengertian bahwa suatu investasi harus direncanakan dengan tepat supaya dapat mendukung pertumbuhan usaha. Investasi dapat dilakukan dalam bidang pengembangan produk (R&D), investasi pada peningkatan kemampuan staff / sales force dalam bidang pemasaran produk dan investasi pada jumlah dan kualitas saluran distribusi produk. Dalam penelitian ini telah dibuktikan kebenaran hipotesis 4. Besarnya investasi sangat menentukan keberhasilan usaha. Besarnya investasi mempengaruhi posisi suatu produk untuk memperoleh keuntungan. Sehingga dengan nilai investasi yang semakin tinggi terutama di area yang kompetitif maka akan sangat berpengaruh dengan kinerja jangka panjang suatu produk. Sehingga dengan nilai investasi yang lebih tinggi

mengakibatkan penguasaan pasar dan rasio laba modal yang lebih tinggi pula. Disini terlihat pentingnya intensitas modal dan investasi didalam R&D bagi perusahaan dalam meningkatkan produktivitas mereka. Pengusaha sebagai pemilik perusahaan sangat berperan sebagai faktor penentu dari pilihan strategis.

5.2.5 Kesimpulan Hipotesis 5

Hipotesis 5 : Semakin tinggi tingkat pertumbuhan usaha maka akan semakin tinggi tingkat kinerja perusahaan.

Dari hipotesis 5 dapat diambil suatu pengertian bahwa tingkat pertumbuhan usaha yang diukur dengan penambahan jumlah karyawan, pertumbuhan omzet dan pertumbuhan modal berpengaruh terhadap tingginya tingkat kinerja perusahaan yang diukur dengan luasnya pangsa pasar, tingkat profitabilitas dan tingkat produktivitas . Dalam penelitian ini terbukti bahwa variabel pertumbuhan usaha berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan adalah suatu ukuran sukses pengusaha. (Chandler & Hanks, 1994, p.78)

5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian

Dari penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa urutan variabel yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha perusahaan kecil adalah sebagai berikut :

1. Kemampuan spesifik wirausaha
2. Motivasi wirausaha
3. Struktur perusahaan

4. Strategi investasi

Pengaruh kemampuan spesifik wirausaha yang terdiri dari kemampuan manajerial, kemampuan teknis dan kemampuan sosial terbukti paling berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha. Sedangkan variabel motivasi wirausaha pada perusahaan industri menengah yang telah diteliti terbukti bahwa perolehan prestasi, keberanian untuk mengambil resiko usaha dan perencanaan akan perkembangan masa depan perusahaan menempati urutan kedua sebagai variabel yang mendukung lajunya pertumbuhan usaha. Sedangkan variabel struktur perusahaan dan strategi investasi memang terbukti memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan usaha tetapi diantara kedua variabel tersebut pengaruhnya bisa dibilang mempunyai nilai yang merata pada tiap variabelnya.

5.4 Implikasi Teoritis

Penelitian ini mempunyai fokus pada pengaruh kemampuan spesifik wirausaha, motivasi wirausaha, struktur perusahaan dan strategi investasi terhadap pertumbuhan usaha dan kinerja perusahaan. Pada penelitian yang dibentuk terdapat pengembangan model kerangka pemikiran teoritis oleh James Chrisman; Baum Robert, Edwin Locke & Ken Smith ; Pelham & Wilson. Dan digunakan sebagai dasar berpijak pada penelitian ini. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian para peneliti terdahulu tersebut, mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi pertumbuhan usaha. Pada model penelitian yang dibentuk terdapat beberapa pengembangan model kerangka pemikiran teoritis, karena yang diteliti adalah perusahaan menengah dengan bidang usaha industri pengolahan, bukan seperti

halnya pada peneliti terdahulu dengan obyek penelitian perusahaan yang lebih umum.

Tabel 5.1
Hubungan Variabel dan Teori

VARIABEL	TEORI
Kemampuan spesifik wirausaha	<ul style="list-style-type: none"> • Robert Baum (2001): Pada kemampuan spesifik wirausaha dikembangkan dalam 3 kemampuan yaitu kemampuan manajerial, kemampuan teknikal dan kemampuan bersosialisasi yang dapat mendukung pertumbuhan usaha. ▪ Chandler dan Hanks (1994): Kemampuan wirausaha dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan pengumpulan sumber daya secara langsung dihubungkan dengan kinerja perusahaan. ▪ Chandler & Jansen (1992) : Pengenalan kesempatan sebagai suatu keterampilan wirausaha pada umumnya dan kemampuan organisasi dapat dikombinasikan menjadi " keterampilan manajerial" ▪ Jones-Evans : Derajat tingkat kemampuan teknis dan pengalaman manajemen mempengaruhi manajemen orientasi strategis perusahaan kecil, khususnya ke arah pertumbuhan. • Baron & Markman (2000) : Suatu keterampilan sosial yang sempurna dapat membuktikan pengaruh baik bagi usahawan dalam interaksi antara usahawan dan banyak para orang diluar perusahaan. Interaksi efektif dapat membantu usahawan dalam hubungan efektif dalam memperoleh mitra dan membantu usahawan didalam menetapkan persekutuan bisnis yang sangat bernilai terhadap suksesnya usaha mereka.
Motivasi wirausaha	<ul style="list-style-type: none"> • Robert Baum (2001). Keinginan wirausaha untuk belajar memiliki suatu visi, keberhasilan pertumbuhan usaha, dan keyakinan diri sebagai konsep motivasi. • Bird (1989); Low & Macmillan (1988) : Hal ini disebabkan bahwa (1) ketiga konsep ini sudah menunjukkan hubungan yang penting dalam keberhasilan bisnis dan (2) ahli teori kewiraswastaan sudah menunjuk pentingnya visi, tujuan keberhasilan bisnis, dan kepercayaan diri untuk perencanaan dan kinerja usaha • Collins, Moore, & Unwalla (1964) : motivasi tugas memperlihatkan suatu hubungan substansiil dengan index pertumbuhan perusahaan, juga membedakan antara usahawan dan non usahawan. Motivasi untuk mendapatkan penghargaan keuangan, status masyarakat, dan kepuasan pribadi akan mendorong untuk melanjut usaha, berasal dari ancaman kegagalan bisnis dan kebangkrutan, hal ini terjadi pada tiap individu usahawan • Peran dasar motivasional (Miner, Smith & Bracker, 1989) : → Prestasi individu (self-achievement), dasar motivasional : Suatu keinginan untuk mencapai prestasi dengan usaha diri

	<p>sendiri dan untuk menunjukkan sukses secara personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> → Pengambilan resiko, dasar motivasional: menginginkan untuk mengambil resiko yang dapat ditangani dengan usaha sendiri. → Hasil umpan balik (atau mencari hasil dari perilaku), dasar motivasional: keinginan untuk memperoleh index yang bersih dalam tingkatan kinerja, seperti dengan ukuran profitabilitas dan produktivitas. → Inovasi pribadi, dasar motivasional : menginginkan suatu inovasi atau solusi yang kreatif. → Perencanaan untuk masa depan (atau perencanaan dan penentuan sasaran), dasar motivasional : menginginkan untuk memikirkan masa depan dan mengantisipasi berbagai kemungkinan masa depan, dengan motivasi untuk mencapai prestasi dan meminimalkan kegagalan di masa depan.
Struktur perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> •Pelham & Wilson (1996) yang memiliki indikator desentralisasi, formal dan kompleksnya struktur perusahaan •Pelham dan Wilson (1996),Pengusaha membutuhkan suatu susunan struktur perusahaan yang baik supaya dapat memutuskan suatu strategi yang tepat guna memajukan usahanya. Struktur perusahaan harus didukung tenaga kerja dengan keahlian masing-masing yang sangat dibutuhkan untuk memajukan perusahaan •Inovasi juga memaksakan kompleksitas administratif yang memerlukan pendelegasian otoritas ke tenaga ahli didalam suatu perusahaan, meningkatkan desentralisasi kekuasaan dan tenaga (Burns & Stalker, 1961; Hage & Aiken, 1970; Zaltman et Al., 1973). Akhirnya inovasi memerlukan suatu derajat spesialisasi tinggi sebab peran ahli yang berbeda pada tiap area fungsional diperlukan untuk melaksanakan suatu tugas yang berkaitan dengan inovasi didalam R&D, rancang bangun / reengineering dan pemasaran (Burns & Stalker, 1961; Hage& Aiken, 1970; Khandwalla, 1977 dalam Miller, Droge dan Toulouse, 1988, p.550) •Fredrickson, (1986) dalam Miller, Droge dan Toulouse, (1988) :Suatu kebutuhan pimpinan eksekutif untuk berprestasi mempunyai suatu dampak kuat pada rasionalitas, yang pada gilirannya memerlukan alat struktural tertentu untuk mendukungnya. Daya dorongnya adalah dari kepribadian yang secara langsung ke pemusatan struktural atau dari kepribadian ke rasionalitas pengambilan keputusan dan kemudian dari rasionalitas ke formalitas dan pengintegrasian. Struktur dibentuk untuk melayani permintaan pembuat keputusan puncak dan bukan sebaliknya. Bagaimanapun berbagai hal boleh jadi sungguh berbeda pada organisasi besar, dimana struktur yang kaku dan kompleks memaksakan batasan dan memperoleh daya gerak mereka sendiri, pembatasan atau penyaluran kontak antar karyawan dan dengan demikian mempengaruhi suatu gaya pengambilan keputusan perusahaan
Strategi investasi	<ul style="list-style-type: none"> •Teori dari James Chrisman (1998) mendukung penelitian tentang

	<p>pengaruh variabel strategi investasi yang mempengaruhi pertumbuhan usaha, dalam hal ini strategi investasi dikembangkan dalam investasi pada bidang R & D, pada <i>sales force</i> / staff dan investasi pada saluran distribusinya. Hipotesa penelitian ini yang menjelaskan hubungan strategi investasi dengan pertumbuhan usaha ini memperoleh nilai CR sebesar 2,075 dan std. Estimate sebesar 0,249. Teori lain yang mendukung yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Green,Barclay & Ryans (1995) : Besarnya investasi sangat menentukan keberhasilan usaha. Suatu keputusan awal perusahaan untuk suatu produk berkenaan dengan besarnya investasi dan area investasi, seperti kemampuan produksi, R&D, dan biaya pemasaran, mempengaruhi posisi suatu produk untuk memperoleh keuntungan. Sehingga dengan nilai investasi yang semakin tinggi terutama di area yang kompetitif maka akan sangat berpengaruh dengan kinerja jangka panjang suatu produk. •Sedangkan Macmillan dan Hari (1987) menguji pilihan investasi banyak orang yaitu mengenai ukuran pabrik, promosi penjualan yang relatif, tenaga penjualan, iklan, harga, mutu, dan kualitas jasa. Dan ditemukan bahwa dengan nilai investasi yang lebih tinggi mengakibatkan penguasaan pasar dan rasio laba modal yang lebih tinggi pula. •Pada penelitian.Hills & Snell (1995) ditekankan pentingnya intensitas modal dan investasi didalam R&D bagi perusahaan dalam meningkatkan produktivitas mereka. Pengusaha sebagai pemilik perusahaan sangat berperan sebagai faktor penentu dari pilihan strategis.
<p>Pertumbuhan usaha dan kinerja perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Robert Baum (2001) : Indikator pertumbuhan perusahaan diukur dengan tingkat pertambahan jumlah karyawan, pertumbuhan omzet dan modal. Kinerja perusahaan sendiri diukur dengan luasnya pangsa pasar, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan penjualan. •Pelham, Alfred M (1997), mengemukakan bahwa kinerja pemasaran dipengaruhi oleh tiga hal yaitu efektifitas perusahaan (<i>firm effectiveness</i>), pertumbuhan (<i>growth/share</i>) dan kemampulabaan. •Hunt Dan Morgan (1996) : Kinerja usaha memiliki tiga buah indicator yaitu pangsa pasar, jumlah total penjualan dan ROI. •Chandler & Hanks (1994) : Ketika pertumbuhan dan volume bisnis menjadi ukuran kinerja perusahaan, maka akan sangat menentukan bagi pengendalian umur perusahaan. Sebagai contoh, pada perusahaan berumur 7 tahun akan mempunyai sumber daya dan volume penjualan yang lebih tinggi dibanding perusahaan dengan umur 2 tahun. Walaupun besarnya perusahaan berkaitan erat dengan tingkat umur perusahaan, tapi ukuran kinerja perusahaan lebih cenderung pada penggunaan tingkat profitabilitas seperti ROE, ROI dan ROA sebagai ukuran kinerjanya.Sedangkan ukuran volume bisnis menjadi indicator dari besarnya perusahaan. Tetapi untuk mengukur kinerja suatu perusahaan yang sedang mulai berjalan, maka akan cenderung menggunakan volume

	<p>penjualan sebagai ukuran dari kinerjanya.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Chandler & Hanks, (1994) :Kinerja individual dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, dan kesempatan (e.g. Peters, O'Connor,& Rudolf, 1980; Blumberg & Pringle, 1982; Waldman& Spangler, 1989). Kinerja pengusaha diukur oleh kinerja dari organisasi (Schein, 1978), yang dipengaruhi oleh lingkungan didalam organisasi (Covin & Slevin, 1989; Hofer & Sandberg, 1987; Randolph & Dess, 1984; Sandberg, 1986; Tsai, Macmillan & Low, 1991). Kinerja perusahaan adalah suatu ukuran sukses pengusaha.
--	--

5.5 Implikasi Kebijakan

Sebagai sebuah hasil pengembangan teori, penelitian ini juga memberikan suatu implikasi kebijakan yang bermula dari teori-teori yang telah diuji yang diharapkan dapat menjadi bahan rekomendasi bagi para pemilik perusahaan supaya dapat lebih meningkatkan pertumbuhan usahanya dimasa mendatang. Terutama bagi wirausaha dibidang industri kecil dan menengah.

Penelitian pada kemampuan spesifik wirausaha dikembangkan dalam 3 kemampuan yaitu kemampuan manajerial, kemampuan teknikal dan kemampuan bersosialisasi yang dapat mendukung pertumbuhan usaha. Indikator pertumbuhan perusahaan diukur dengan tingkat pertambahan jumlah karyawan, pertumbuhan omzet dan modal. Kinerja perusahaan sendiri diukur dengan luasnya pangsa pasar, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan penjualan. Keinginan wirausaha untuk belajar memiliki suatu visi, keberhasilan pertumbuhan usaha, dan keyakinan diri sebagai konsep motivasi. Karena pentingnya peran visi, tujuan keberhasilan bisnis, dan kepercayaan diri untuk perencanaan dan kinerja usaha . Dengan demikian implikasi kebijakan yang dapat diterapkan adalah :

- Wirausaha diharapkan menguasai pengetahuan dasar dari usahanya yang tercermin dalam kemampuan teknisnya sehingga wirausaha dapat secara teknis memikirkan pengembangan produksinya dan tidak tergantung pada kemampuan teknis karyawannya. Dengan begitu pertumbuhan usaha yang dicapai dapat lebih maksimal.
- Kemampuan wirausaha dalam bersosialisasi sangat menentukan sukses usaha. Sehingga wirausaha hendaknya memperluas pergaulan terutama di kalangan pengusaha. Dengan demikian diharapkan terjadi suatu hubungan baik yang dapat mendukung perluasan bidang usahanya, perluasan distribusi produk dan perolehan informasi bisnis terbaru, perluasan jaringan dan kemudahan-kemudahan lain yang dapat diperoleh dari baiknya hubungan bisnis yang telah terjalin.
- Wirausaha harus memiliki kemampuan manajerial yang baik, sehingga dalam pengelolaan perusahaan dan karyawan dapat berjalan baik. Seperti dalam pengambilan keputusan alokasi sumber daya dengan hasil yang maksimum, tingkat keberhasilan mengatur dan memotivasi karyawan, mengorganisir sumber daya dan mengkoordinir tugas, kemampuan untuk mensupervisi, mempengaruhi, dan memimpin karyawan, kemampuan untuk mendelegasikan secara efektif, kemampuan untuk memelihara dan menjalankan organisasi.
- Wirausaha seharusnya dapat mengerti kebutuhan konsumen yang saat ini belum pernah ditemukan, menyediakan energi dan waktu untuk mencari produk atau jasa yang akan menyediakan manfaat riil bagi pelanggan, dapat mengidentifikasi barang-barang dan jasa yang orang-orang inginkan, dapat menemukan peluang

bisnis yang besar, mempunyai kemampuan internal yang kuat untuk menyelami penyelesaian usaha dan kemampuan teknis yang besar untuk mengembangkan barang-barang dan jasa .

- Wirausaha hendaknya memiliki motivasi yang besar untuk mencapai prestasi secara individu, bersedia mengambil resiko dan memiliki kemauan untuk merencanakan pertumbuhan perusahaannya di masa mendatang, dengan penjelasan sebagai berikut :
 - Prestasi individu (self-achievement), dasar motivasional : Suatu keinginan untuk mencapai prestasi dengan usaha diri sendiri dan untuk menunjukkan sukses secara personal.
 - Pengambilan resiko, dasar motivasional: menginginkan untuk mengambil resiko yang dapat ditangani dengan usaha sendiri.
 - Hasil umpan balik (atau mencari hasil dari perilaku), dasar motivasional: keinginan untuk memperoleh index yang bersih dalam tingkatan kinerja, seperti dengan ukuran profitabilitas dan produktivitas.
 - Inovasi pribadi, dasar motivasional : menginginkan suatu inovasi atau solusi yang kreatif.
 - Perencanaan untuk masa depan (atau perencanaan dan penentuan sasaran), dasar motivasional : menginginkan untuk memikirkan masa depan dan mengantisipasi berbagai kemungkinan masa depan, dengan motivasi untuk mencapai prestasi dan meminimalkan kegagalan di masa depan.

Pengusaha membutuhkan suatu susunan struktur perusahaan yang baik supaya dapat memutuskan suatu strategi yang tepat guna memajukan usahanya. Struktur perusahaan harus didukung tenaga kerja dengan keahlian masing-masing yang sangat dibutuhkan untuk memajukan perusahaan. Implikasi kebijakan yang dapat diterapkan adalah :

- Wirausaha hendaknya mengendalikan desentralisasi, formalitas dan kompleksitas struktur perusahaannya. Sehingga alur tugas para karyawan menjadi lancar, sehingga mendukung pertumbuhan usahanya.
 - Kompleksitas: pengaturan cabang, menggabungkan para penyalur, melakukan diversifikasi ke bisnis lain, membentuk suatu usaha patungan dengan perusahaan lain.
 - Formalitas: kebijakan ganti-rugi formal, kebijakan jam kerja fleksibel, sistem insentif baru, membentuk manajemen yang mengontrol kualitas, R & D , pengaturan sistem pengawasan intern, pusat pengendalian biaya, deskripsi tugas kerja yang tertulis dan instruksi kerja yang tertulis. Koordinasi dalam frekwensi aktivitas atau proses pengambilan keputusan mengenai strategi produksi, distribusi, pemasaran , keputusan anggaran modal dan R&D , pembiayaan investasi jangka panjang.
 - Pemusatan / desentralisasi : memusatkan sistem membeli, jumlah staff pendukung, administrasi, R&D; mendesentralisasi sistem kendali ,system control yang digunakan perusahaan sepeeti sistem informasi dan Manajemen pengendalian menyeluruh, pengendalian harga dan biaya, target laba.

→ Disain kembali organisatoris: mengkombinasikan departemen, mengubah dari unit fungsional ke unit bisnis strategis, mengubah struktur organisasi.

Besarnya investasi sangat menentukan keberhasilan usaha. Suatu keputusan awal perusahaan untuk suatu produk berkenaan dengan besarnya investasi dan area investasi, seperti kemampuan produksi, R&D, dan biaya pemasaran, mempengaruhi posisi suatu produk untuk memperoleh keuntungan. Sehingga dengan nilai investasi yang semakin tinggi terutama di area yang kompetitif maka akan sangat berpengaruh dengan kinerja jangka panjang suatu produk. Pilihan investasi yang sering diminati adalah mengenai ukuran pabrik, promosi penjualan yang relatif, tenaga penjualan, iklan, harga, mutu, dan kualitas jasa. Dan ditemukan bahwa dengan nilai investasi yang lebih tinggi mengakibatkan penguasaan pasar dan rasio laba modal yang lebih tinggi pula. Pada penelitian Hills & Snell (1995) ditekankan pentingnya intensitas modal dan investasi didalam R&D bagi perusahaan dalam meningkatkan produktivitas mereka. Pengusaha sebagai pemilik perusahaan sangat berperan sebagai faktor penentu dari pilihan strategis. Maka berdasarkan teori tersebut dapat diperoleh suatu implikasi kebijakan seperti berikut :

- Pemilihan strategi investasi sangat menentukan keberhasilan pertumbuhan usaha. Sehingga wirausaha hendaknya benar-benar memikirkan alokasi dana guna pengembangan produk (R&D), investasi pada sales force / kemampuan staff dan investasi pada saluran distribusinya. Strategi investasi ini berguna untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan kompetitor. Dengan memiliki produk yang inovatif, sales force yang memiliki kemampuan

menjual yang baik dan saluran distribusi yang luas dan lancar, maka diharapkan perusahaan dapat tumbuh dengan maksimal.

Ketika pertumbuhan dan volume bisnis menjadi ukuran kinerja perusahaan, maka akan sangat menentukan bagi pengendalian umur perusahaan. Sebagai contoh, pada perusahaan berumur 7 tahun akan mempunyai sumber daya dan volume penjualan yang lebih tinggi dibanding perusahaan dengan umur 2 tahun. Walaupun besarnya perusahaan berkaitan erat dengan tingkat umur perusahaan, tapi ukuran kinerja perusahaan lebih cenderung pada penggunaan tingkat profitabilitas seperti ROE, ROI dan ROA sebagai ukuran kinerjanya. Sedangkan ukuran volume bisnis menjadi indikator dari besarnya perusahaan. Tetapi untuk mengukur kinerja suatu perusahaan yang sedang mulai berjalan, maka akan cenderung menggunakan volume penjualan sebagai ukuran dari kinerjanya. (Chandler & Hanks, 1994, p.84). Kinerja individual dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, dan kesempatan (e.g. Peters, O'Connor, & Rudolf, 1980; Blumberg & Pringle, 1982; Waldman & Spangler, 1989). Kinerja pengusaha diukur oleh kinerja dari organisasi (Schein, 1978), yang dipengaruhi oleh lingkungan didalam organisasi (Covin & Slevin, 1989; Hofer & Sandberg, 1987; Randolph & Dess, 1984; Sandberg, 1986; Tsai, Macmillan & Low, 1991). Kinerja perusahaan adalah suatu ukuran sukses pengusaha. (Chandler & Hanks, 1994, p.78). Maka implikasi kebijakan yang dapat diterapkan adalah :

- Dengan memantau penambahan jumlah karyawan, pertumbuhan omzet dan pertumbuhan modal maka akan terlihat jelas tingkat pertumbuhan usaha. Maka para wirausaha sebaiknya melakukan penambahan jumlah karyawan sesuai kebutuhan usaha, melakukan penambahan modal dan melakukan peningkatan

omzet pada setiap tahunnya.. Untuk mencapai kinerja perusahaan yang maksimal maka wirausaha harus meningkatkan kinerja individual, strategi investasi, mengendalikan dan mengatur struktur perusahaan yang dipimpinnya.

- Wirausaha hendaknya selalu berusaha meningkatkan pertumbuhan usahanya dengan memperhatikan :
 - Pertumbuhan penjualan dalam industri lima tahun terakhir
 - Tingkat permintaan dari produk industri
 - Langkah pengembangan produk industri
 - Tingkat difusi information tentang produk industri:
 - Kapasitas pabrik pada perusahaan industri selama 5 tahun terakhir.
 - Level harga dari produk industri
 - Pertumbuhan berbagai jenis saluran distribusi produk industri dalam 3 tahun terakhir.
 - Level dari pembelanjaan iklan dalam 3 tahun terakhir.
- Wirausaha hendaknya selalu meningkatkan kemampuan manajemennya guna mendukung laju pertumbuhan usahanya, dengan langkah-langkah sebagai berikut
 - Perusahaan memperkerjakan karyawan dengan kemampuan spesifik.
 - Penggunaan perencanaan bisnis.
 - Perencanaan bisnis adalah wujud dari atribut manajerial seperti wewenang, keterlibatan manajerial, gaya kepemimpinan dan komitmen karyawan.
 - Pengelolaan keuangan internal dan informasi tentang pembiayaan.

5.6 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah :

- Penelitian hanya dilakukan pada usaha menengah industri pengolahan di Semarang. Sehingga penelitian ini jangkauannya belum luas karena belum meneliti perusahaan yang lebih besar dan perusahaan mikro dengan bidang usaha yang lebih heterogen .
- Dalam penelitian ini variabel yang mendukung pertumbuhan usaha adalah kemampuan spesifik wirausaha, motivasi wirausaha, struktur perusahaan dan strategi investasi. Variabel penelitian yang dikembangkan dalam telaah pustaka memiliki keterbatasan dalam memberikan gambaran secara menyeluruh keadaan sebenarnya.

5.7 Agenda Penelitian Mendatang

Adapun agenda penelitian bagi para peneliti mendatang adalah :

- Sebaiknya dilakukan penelitian pada perusahaan-perusahaan lain dengan bidang usaha yang lebih heterogen.
- Hendaknya mengikutsertakan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha dan kinerja perusahaan, seperti pengaruh lingkungan (Pelham & Wilson,1996), strategi bisnis dan struktur industri (James Chrisman, 1998) dan kualitas kesempatan (Gaylen N.Chandler, Steven Hanks,1994)

DAFTAR REFERENSI

- Baron Robert dan Markman Gideon, 2000, Beyond Social Capital : How Social Skills can Enhance Entrepreneurs' Success, **Academy of Management Executive**, Vol.14, No.1, p.106-116.
- Beal Reginald, 2000, Competing Effectively : Environmental Scanning, Competitive Strategy, and Organizational Performance in Small Manufacturing Firms, **Journal of Small Business Management**, Januari, p.27-47
- Chandler Gaylen N., Steven H.Hanks. 1994 ,Founder Competence, the Environment, and Venture Performance, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Spring , p. 77-89
- Chaston Ian dan Mangles Terry, 1997, Core Capabilities as Predictors of Growth Potential in Small Manufacturing Firms, **Journal of Small Business Management**, Januari, 47 – 57.
- Chrisman.J.James, Alan Bauerschmidt, Charles W.Hofer,1998, The Determinants of New Venture Performance : an Extended Mode, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Fall,p.5-29.
- Evans David S, 1987, Tests of Alternative Theories of Firm Growth, **Journal of Political Economy**, Vol. 95, no.4, p.657 – 674 .
- Evans Dylan Jones, Technical Entrepreneurship, Strategy and Experience, **International Small Business Journal**, Vol.14, No.3, p.15-39.
- Ferdinand ,Agusty,2000, **Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen**, seri Pustaka Kunci No.02, Semarang : Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Gozali Imam, 2001, **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

- Green H.Donna., Donald W.Barclay & Adrian B.Ryan, 1995, Entry Strategy and Long-Term Performance: Conceptualization and Empirical Examination, **Journal of Marketing**, Vol.59 (October), p. 1-16.
- Grewal Rajdeep & Patriya Tansuhaj, 2001, Building Organizational Capabilities for Managing Economic Crisis : The Role of Market Orientation and Startegic Flexibility, **Journal of Marketing**, Vol.65 (April), p.67-80
- Hamilton R.T & Lucy Lawrence, Explaining Size Differences in Smaller Firms, **International Small Business Journal**, Vol.19, No.2, p.49-60
- Hill WL.Charles & Scott A. Snell,1989, Effect of Ownership Structure and Control on Corporate Productivity, **Academy of Management Journal** ,Vol.32, No.1, p.25-46.
- Kotey ,Bernice and G.G.Meredith, 1997, Relationship among Owner/Manager Personal Values, Business Strategies, and Enterprise Performance, **Journal of Small Business Management**, April,p.37-64.
- Li Tiger & Roger J.Calantone,1998, The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage : Conceptualization and Empirical Examination, **Journal of Marketing**, Vol.62 (Oktober),p. 13-29.
- Lumpkin G.T.and Gregory G.Dess., 1996, Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance, **Academy of Management Review**, Vol.21 No.1, p.135-172.
- Matsuno Ken, John T.Mentzer & Aysegul Ozsomer, 2002, The Effects of Entrepreneurial Proclivity plus Market Orientation on Business Performance, **Journal of Marketing**, Vol.66 (July), p.18-32.
- Miller Danny, Droge Cornelia dan Toulouse Jean-Marie,1988, Strategic Process and Content As Mediators Between Organizational Context and Structure, **Academy of Management Journal**, Vol.31, No.3, p.544-569.

- Miner dan Norman R. Smith, 1989, Role of Entrepreneurial Task Motivation in The Growth of Technologically Innovative Firms, **Journal of Applied Psychology**, Vol.74, No.4, p. 554-560
- Orser J. Barbara, Sandy Hogarth-Scott, and Allan L. Riding, 2000, Performance, Firm Size, and Management Problem Solving, **Journal of Small Business Management**, October, p. 42-58.
- Pan Yigang, Shaomin Li & David K. Tse, 1999, The Impact of Order and Mode of Market Entry on Profitability and Market Share, **Journal of International Business Studies**, 30,1 (first quarter), p. 81-104.
- Pelham. Alfred M. ,1997, Mediating Influence on the Relationship Between market Orientation and Profitability in Small Industrial Firms, **Journal of Marketing Theory and Practice**, Summer, p. 55-76.
- Pelham & Wilson, 1996, A Longitudinal Study of the Impact of market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance, **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol. 24, No.1, p. 27-43.
- Robert J. Baum, Locke Edwin & Smith Ken, 2001, A Multidimensional Model Of Venture Growth, **Academy of Management Journal**, Vol.44, No.2, p. 292-303.
- Sadler-Smith Eugene, Yve Hampson, Ian Chaston, dan Beryl Badger, 2003, Managerial, Entrepreneurial Style, and Small Firm Performance, **Journal of Small Business Management**, 41(1), p.47-67.
- Voss B. Glenn. & Zannie Giraud Voss, 2000, Strategic Orientation and Firm Performance in An Artistic Environment, **Journal of Marketing**, Vol.64 (January), 67-83.
- Yun Lin, Carol Yeh, 1998, Success Factors of Small and Medium Sized enterprises in Taiwan : an Analysis of Cases, **Journal of Small Business Management**, p.43-56.