

Faktor Utama Kesuksesan Wirausaha di Industri Pangan

Dyan Vidyatmoko dan A. Husni Yasin Rosadi

Pusat Pengkajian Kebijakan Inovasi Teknologi, BPPT

Abstrak. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan wirausaha (entrepreneur) banyak diteliti di negara maju, namun kajian dengan topik sama di Indonesia masih terbatas. Dalam upaya untuk mengisi kesenjangan tersebut, tujuan dari penelitian adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan entrepreneur di Jawa. Dalam penelitian ini digunakan tujuh faktor dengan 45 indikator kesuksesan kewirausahaan dan jumlah sample 34 orang pelaku wirausaha di Yogyakarta, Surabaya, Malang, Bandung dan Bogor. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang paling signifikan mempengaruhi kesuksesan wirausaha terdapat lima faktor dominan dengan lima belas indikator yaitu faktor psikologis, faktor perilaku kerja, (3) faktor bentuk organisasi, faktor bantuan teknis, dan faktor kompetensi inti. Dibandingkan dengan konsep Kiggundu, terdapat tiga variabel baru yang memengaruhi kesuksesan entrepreneur yaitu motivasi, peluang, dan pengalaman bisnis. Hasil penelitian memberikan implikasi teoritis bahwa masih terdapat beberapa variabel yang dapat ditambahkan dalam menentukan faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan wirausaha. Implikasi managerial menunjukkan bahwa penggunaan teori Kiggundu dalam melakukan penelitian dengan kasus industri pangan di Jawa ternyata memberikan hasil yang komprehensif sehingga dapat digunakan sebagai salah satu dasar dalam merumuskan kebijakan pengembangan wirausaha di Jawa khususnya dan di Indonesia pada umumnya dengan mempertimbangkan penambahan beberapa variabel sesuai dengan hasil penelitian.

Kata kunci : wirausaha, faktor sukses, industri makanan, Jawa

Abstract. Although factors that influence the success of entrepreneurs have been widely studied in developed countries, but only few of them were conducted in Indonesia. As an effort to fill this gap, this study is conducted with the purpose of analyzing factors that influence the success of entrepreneurs in the food industry in Java. In this research used seven factors with 45 indicators of entrepreneurial success and the amount of sample 34 entrepreneurs in Yogyakarta, Surabaya, Malang, Bandung and Bogor. The analytical method used is multiple regression analysis with a validity test, reliability test and classical assumption, and qualitative analysis. The results showed that there were five dominant factors with fifteen indicators affecting the success of entrepreneurs in the industry. The five most dominant factor are psychological factor, working behavior factors, core competence factor, organizational form factor, and technical assistance factor. Compared to the concept of Kiggundu, there are three new variables affecting the success of entrepreneurs, i.e motivation, opportunities and business experience. This result provides theoretical implication that there are several variables that can be added to determine the success of entrepreneurs in the food industry. Managerial implications shows the use of Kiggundu theory, in conducting research with the case of the food industry in Java, provides comprehensive results that it can be used as a basis for formulating an entrepreneurial development policy in Java in particular and Indonesia in general, taking into account the addition of several variables in accordance with the results of research.

Keywords: entrepreneur, success factors, food industry, Jawa

Received: 18 Februari 2015, Revision: 28 April 2015, Accepted: 6 Mei 2015

Print ISSN: 1412-1700; Online ISSN: 2089-7928. DOI: <http://dx.doi.org/10.12695/jmt.2015.14.1.4>

Copyright©2015. Published by Unit Research and Knowledge, School of Business and Management - Institut Teknologi Bandung (SBM-ITB)

1. Pendahuluan

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM sampai sekarang di Indonesia terdapat hanya sekitar 1,65% wirausaha dari penduduk Indonesia. Lebih rendah dari Singapura yang mencapai 7%, Malaysia 5% dan Thailand 3%. Jumlah angka minimal untuk wirausaha di Indonesia adalah sekitar 2% (Kementerian KUKM, 2015a). Dengan demikian masih diperlukan berbagai upaya untuk menciptakan wirausaha baru di Indonesia. Peluang meningkatkan jumlah wirausaha sangat besar, terutama di industri makanan dan minuman. Industri Industri ini merupakan industri padat karya, mudah dilakukan, serta pasar yang besar.

Industri makanan dan minuman juga merupakan penyumbang terbesar dalam PDB industri di Indonesia. Peran industri makanan minuman Indonesia terhadap PDB industri non migas cenderung meningkat setiap tahun selama 2007-2013. Pada tahun 2007, peran industri makanan minuman sebesar 29,8% dan meningkat menjadi 35,76% pada 2013 terhadap PDB industri non-migas. Pertumbuhan industri pengolahan makanan minuman meningkat dari 1,39% pada tahun 2004 menjadi 7,74% pada tahun 2012 (Kemenperin, 2013).

Industri makanan-minuman juga merupakan industri yang menyerap tenaga kerja paling besar diantara industri manufaktur lainnya. Tenaga kerja yang diserap di industri makanan dan minuman menunjukkan perkembangan yang meningkat, dari 2.890.756 orang pada tahun 2005 menjadi 3.994.405 orang pada tahun 2012. Jumlah tenaga kerja ini termasuk yang bekerja di industri besar dan sedang, mikro dan kecil, baik formal maupun informal (Kemenperin, 2013). Upaya peningkatan jumlah wirausaha perlu mempertimbangkan berbagai aspek seperti keberlanjutan usaha. Bukti empiris menunjukkan bahwa sebagian besar wirausaha gagal dalam menjalankan bisnisnya. Di Amerika Serikat, 2/3 perusahaan bisa bertahan pada umur dua tahun, tetapi hanya separuh yang dapat bertahan pada umur empat tahun (*Small Business Administration*, 2015).

Di Chile, kurang dari 42 persen UKM bisa bertahan sampai umur empat tahun dan kurang dari 50 persen bertahan pada umur 10 tahun (Lussier and Halabi, 2010). Ada berbagai alasan yang dapat menjelaskan wirausaha dapat sukses dalam bisnisnya. Keberhasilan wirausaha diantaranya ditentukan oleh adanya keuntungan dalam bisnis (Dennis dan Fernand, 2001), kestabilan dan kesehatan ekonomi (Pompe dan Bilderbeek, 2005), ketrampilan manajemen dan kondisi lingkungan (Chocce and Ubeda, 2006). Rajput (2011) menyimpulkan bahwa faktor sukses wirausaha dapat dibagi menjadi kategori inovasi dan kategori sumber daya (faktor psikologi dan faktor manajerial). Menurut Acs dan Szerb (2007) faktor-faktor seperti politik dan *entrepreneurship* bersifat lokal sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan merupakan faktor lokal.

Kebanyakan studi empiris berkaitan dengan kewirausahaan dilakukan di negara-negara maju, terutama Amerika Serikat (AS) dan Inggris. Studi tersebut banyak dilakukan di negara maju karena semakin meningkatnya peranan kewirausahaan dalam perekonomian, semakin populernya isu kewirausahaan dan adanya kemudahan mendapat data yang berkaitan dengan kewirausahaan. Untuk negara-negara berkembang seperti Indonesia relatif masih sedikit penelitian dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan wirausaha. Dalam upaya untuk mengisi kekosongan tersebut, maka dilakukan studi dengan tujuan adalah mengidentifikasi faktor-faktor penentu (determinan) yang mempengaruhi kesuksesan wirausaha. Studi dilakukan dengan mengambil kajian kewirausahaan di industri kecil menengah olahan pangan di Jawa.

2. Pengembangan Hipotesis

2.1. Pengertian Wirausaha (*Entrepreneur*)

Banyak konsep-konsep pengertian tentang wirausaha dan sampai sekarang belum ada *terminologi* yang persis sama tentang konsep pengertian wirausaha.

Di Amerika Serikat misalnya, wirausaha seringkali diartikan sebagai seseorang yang memulai bisnis baru, kecil dan milik sendiri (Drucker, 1985). Kata .wirausaha. atau wiraswasta. dalam bahasa Indonesia adalah padanan kata bahasa Perancis *entrepreneur*, yang sudah dikenal sejak abad 17 (Holt, 1992). Schumpeter (1934) menyatakan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru. *Entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk melihat dan mengevaluasi peluang bisnis, memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk mengambil keunggulan darinya dan berinisiatif mengambil tindakan yang tepat untuk menjamin sukses.

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2005), wirausaha adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengalami resiko dan ketidakpastian agar mendapatkan keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang dan memanfaatkan sumber daya. Meredith *et al* (2000) berpendapat bahwa para wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses. Badudu dan Zain dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (1996) mengartikan wirausaha sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya.

Meredith *et al* (2000) mengartikan wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis mengumpulkan sumber-sumber dana yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses. Federick *et al* (2006) memandang *entrepreneur* sebagai agen perubahan yang melakukan pencarian secara sengaja, perencanaan yang hati-hati, dan pertimbangan yang seksama ketika melakukan proses *entrepreneurial*.

Zimmerer dan Scarborough (2005) menggambarkan *entrepreneur* sebagai seseorang yang menciptakan usaha baru dengan menghadapi ketidakpastian dan risiko dengan maksud untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan usaha melalui pengidentifikasian peluang yang signifikan dan penggunaan sumber daya yang diperlukan.

Dari pengertian tersebut diatas dapat dikatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang mempunyai kemampuan didalam melihat peluang mencari dana serta sumber dana lain yang diperlukan untuk meraih peluang tersebut dan berani mengambil resikonya dengan tujuan tercapainya kesejahteraan individu dan nilai tambah bagi masyarakat. Riyanti (2004) menyimpulkan bahwa dari berbagai pengertian tersebut tentang wirausaha dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa wirausaha adalah orang yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan cara mendirikan, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri dengan bersedia mengambil resiko pribadi dalam menemukan peluang berusaha dan secara kreatif menggunakan potensi-potensi dirinya untuk mengenali produk, mengelola dan menentukan cara produksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk, memasarkannya serta permodalan operasinya.

2.2. Pengertian Kesuksesan

Beberapa penulis yang melakukan penelitian terkait dengan kesuksesan usaha mendefinisikan pengertian dan kriteria yang berbeda tentang suksesnya suatu usaha. Beberapa penulis mengukur keberhasilan (kesuksesan) suatu usaha dengan menggunakan kriteria berdasarkan analisis kinerja keuangan (Jennings dan Beaver, 1997; Willard *et al*, 1992; Zahra dan Covin, 1995; Murphy *et a*, 1996; Robinson, 1999; Santos dan Benito, 2000, dan Harada, 2003). Mengukur kesuksesan suatu usaha semata-mata berdasarkan kinerja finansial seperti disebutkan di atas akan sangat sulit bila digunakan dalam konteks UKM.

Usaha yang baru berdiri tidak memiliki banyak informasi historis, bahkan sebagian besar diantaranya belum memiliki ukuran akuntansi yang standar dan indikator-indikator kinerja. Selain itu, usaha-usaha tersebut juga belum mendapatkan keuntungan (profit) pada tahun-tahun pertama perusahaan beroperasi meskipun tingkat penjualannya meningkat (Brush dan Vanderwelf, 1992). Dengan alasan di atas, sejumlah ahli meragukan penilaian kinerja perusahaan yang semata-mata berdasarkan pada indikator-indikator kinerja keuangan (Hillman dan Keim, 2001; Ghobadian dan O'Reagen, 2006). Beberapa penulis seperti Man *et al.* (2002) lebih memilih menilai kesuksesan usaha berdasarkan 'daya saing' untuk menganalisa suatu bisnis (usaha) pada tahap awal usaha berdiri.

Ukuran kesuksesan suatu usaha di sektor tertentu membutuhkan indikator yang berbeda dengan sektor lain. Misalnya, usaha yang menggunakan teknologi tinggi memerlukan investasi modal awal sangat tinggi dan tidak memperoleh keuntungan tinggi pada tahun-tahun awal perusahaan beroperasi. Kesuksesan tidak dapat diukur hanya berdasarkan kriteria/indikator keuangan (McGee *et al.*, 1995; Bosma *et al.*, 2004). Dengan alasan tersebut, Stuart dan Abetti (1987) mengusulkan konsep kinerja yang lebih luas yang mencakup indikator-indikator non-finansial. Beberapa peneliti menggunakan jenis indikator, seperti pangsa pasar (Bamford *et al.*, 2000; Zahra & Bogner, 2000), pengenalan (peluncuran) produk-produk baru atau kualitas produk (MacGee *et al.*, 1995). Ukuran keberhasilan yang sukses tidak harus menggunakan ukuran yang bersifat finansial (Ittner dan Larcker, 1998; Uoff *et al.*, 2002); Kaplan dan Norton, 1992).

Beberapa penelitian memperlihatkan pentingnya ukuran-ukuran di bidang-bidang dimana aset tidak berwujud dihubungkan dengan faktor-faktor utama untuk menentukan keberhasilan (Amir dan Lev, 1996; Edvinson dan Malone, 1997). Di luar kelompok di atas, banyak penelitian yang menempatkan keberhasilan wirausaha pada tingkat yang sama dengan konsep keberlangsungan (daya tahan) usaha (Bosma *et al.*, 2004).

Para penulis yang memilih keberlangsungan usaha sebagai ukuran keberhasilan didukung oleh model-model dinamis organisasi industri, yang menetapkan bahwa usaha-usaha pemula yang memperoleh keuntungan memutuskan untuk tetap berada di pasar, sementara yang mengalami kerugian memilih keluar dari kegiatan usaha mereka (Harada, 2003). Selain itu, keberlangsungan usaha (*survival*) mudah diidentifikasi dan diukur.

Dari pemaparan di atas, dapat dikatakan bahwa sukses memiliki sifat yang multi dimensi, sehingga perlu memasukkan semua dimensi kinerja yang berbeda dalam penelitian empiris yang dilakukan di bidang terkait (Wiklund dan Shepher, 2003). Dari hasil tinjauan terhadap beberapa literatur, diketahui bahwa indikator-indikator yang paling banyak digunakan adalah indikator yang terkait dengan pertumbuhan perusahaan. Kelompok ini mencakup 31% ukuran yang digunakan dalam artikel-artikel dan sejauh ini merupakan dimensi yang paling disukai dalam menggambarkan kinerja dan keberhasilan usaha-usaha baru. Setelah dimensi tersebut, para penulis lebih suka menggunakan indikator-indikator yang mengacu pada tingkat keuntungan (profitabilitas), yang digunakan dalam 18,11% kasus. Diikuti oleh keuntungan (profit) yang penggunaannya mencapai 14% dan likuiditas sebesar 7,16%. Indikator-indikator lain yang terkait dengan pendapatan organisasi dan jumlah pegawai masing-masing digunakan dalam 4,25% dari total penelitian, diikuti oleh indikator yang terkait dengan proses produksi/jasa (3,39%), produk atau jasa itu sendiri (2,26%), pelanggan (1,88%) dan pangsa pasar (3,01%) (Perez, 2009).

2.3. Identifikasi Faktor Determinan Kesuksesan Entrepreneur

Meskipun para akademisi membahas beragam pertanyaan terkait dengan proses kewirausahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan entrepreneur, penelitian tentang kewirausahaan masih jauh dari kesepakatan tentang faktor-faktor mana yang menjadi sangat penting.

Karakteristik paling penting dari kesuksesan entrepreneur menjadi pertanyaan (Szerb, 2003). Hal ini dapat dimengerti mengingat semakin beragamnya metode yang digunakan dari beragam disiplin ilmu yang membahas *entrepreneur* dan *entrepreneurship*. Penelitian tentang entrepreneurship banyak dibicarakan di dalam beragam disiplin ilmu ekonomi (seperti Praag, 1999); ekologi (seperti Aldrich, 1990); sosiologi (Weber, 1935); antropologi (Barth, 2000); psikologi (Frese, 2009) dan sejarah (Gerschenkron, 2000). Teori ekonomi mendominasi penelitian *entrepreneurship* (Perez dan Canino, 2009). Tetapi karena perilaku *entrepreneur* tidak hanya dapat dijelaskan dalam struktur keputusan rasional, disiplin ilmu lain diperlukan untuk dapat lebih menjelaskan proses *entrepreneurship*. Oleh karena itu, berbagai karakteristik *entrepreneur* atau perilaku personal seperti kreatif, *risk-taking* dan sifat inovatif dapat dianalisis dalam berbagai lingkungan sosial, politik dan ekonomi yang berbeda (Timmons, 1994).

Beberapa psikolog dan ahli ekonomi menyatakan bahwa *personality entrepreneur* mempunyai pengaruh yang penting dalam kesuksesan suatu perusahaan, khususnya ketika perusahaan dijalankan sendiri oleh *entrepreneur* dan hanya mempunyai beberapa pegawai (Caliendo dan Kritikos, 2007). Psikolog mengidentifikasi beberapa variabel yang memengaruhi kesuksesan *entrepreneurial* yaitu *human capital* atau pengetahuan *entrepreneurial* dan karakter personal yang penting dalam mengembangkan ketrampilan *entrepreneurial* seperti *need for achievement*, *locus of control*, *problem-solving orientation*, *interpersonal reactivity and assertiveness*. Karakter personal bersama dengan pengetahuan *entrepreneurial* disebut sebagai pendekatan karakter (*character-based approach*).

Kiggundu (2002) mengajukan tiga pendekatan dalam melakukan kajian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan *entrepreneur* yaitu Atribut Wirausaha (*entrepreneur's attributes*), Bentuk Usaha Kewirausahaan (*entrepreneurial firm*) dan Lingkungan Eksternal (*external environment*).

Atribut Wirausaha berhubungan dengan variabel demografi, variabel psikologi, perilaku kerja dan kompetensi inti. Bentuk Usaha Kewirausahaan terdiri dari bentuk organisasi, sumber daya kapital, tata kelola dan bantuan teknis. Lingkungan Eksternal meliputi ekonomi makro, kualitas administrasi publik, sosial/nilai budaya/kebiasaan dan infrastruktur.

Masing-masing variabel dari ketiga aspek tersebut didekati dengan berbagai variabel manifest/indikator. Dari aspek atribut wirausaha, untuk variabel demografi digunakan indikator umur, jenis kelamin, status perkawinan, status sosial, pendidikan/pengalaman, etnik dan kompetensi ini. Untuk faktor psikologi menggunakan indikator pencapaian, keberanian mengambil resiko, kepercayaan diri, orientasi bertindak, otonomi, *internal locus of control*. Untuk perilaku kerja menggunakan indikator bekerja keras, kepemimpinan, orientasi strategik. Sementara untuk kompetensi inti dapat menggunakan indikator keahlian teknis, keahlian manajerial, keahlian hubungan personal, ketajaman bisnis, inovasi, keahlian dalam menerapkan tahapan manajemen.

Untuk Aspek Bentuk Usaha Kewirausahaan, variabel bentuk organisasi menggunakan indikator skala usaha, umur, lokasi, struktur kepemilikan, industri, jaringan usaha. Variabel sumber daya kapital diukur dengan menggunakan indikator modal awal, sumber modal, peningkatan modal, *human capital* dan teknologi tepat guna. Variabel tata kelola menggunakan indikator susunan kepemimpinan (*board of directors* – BOD), RUPS (rapat umum pemilik saham), hak pemegang saham. Sementara variabel bantuan teknis menggunakan indikator pembiayaan, pelatihan, konsultasi, transfer teknologi, inkubasi, magang, kunjungan luar negeri dan subsidi. Sementara itu, untuk Aspek Lingkungan Eksternal, variabel makroekonomi menggunakan indikator pertumbuhan ekonomi, distribusi pendapatan, daya saing dan deregulasi.

Variabel kualitas administrasi publik diukur dengan menggunakan indikator kerangka hukum, hak pemilikan, korupsi, pelayanan publik dan keterbukaan. Variabel sosial/nilai budaya/kebiasaan diukur dengan menggunakan indikator motivasi untung, keberanian mengambil resiko, individual, modal sosial dan bisnis. Dan variabel infrastruktur diukur dengan indikator fisik, digital dan kelembagaan.

Lussier dan Halabi (2010) membuat model prediksi terhadap kesuksesan dan kegagalan suatu bisnis. Model ini merupakan pengembangan dari model Lussier (1995) sebelumnya. Terdapat 15 variabel independen yang digunakan dalam model ini yaitu modal, catatan keuangan, pengalaman industri, pengalaman manajemen, perencanaan, penasehat profesional, pendidikan, *staffing*, waktu produk/jasa, waktu ekonomi, umur, partner, orang tua, minoritas dan pemasaran. Variabel dependen terdiri dari dua level yaitu sukses dan gagal.

Banyak penelitian dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan wirausaha pangan skala kecil dan menengah. Hasil pemetaan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian sebelumnya di berbagai negara disajikan pada Tabel 1. (Lampiran). Variabel-variabel tersebut dikelompokkan dalam tujuan aspek, yaitu: (1) Demografi, (2) Psikologi, (3) Perilaku Kerja, (4) Kompetensi Inti, (5) Bentuk Organisasi, (6) Sumberdaya Modal, dan (7) Bantuan Teknis. Setiap aspek terdiri dari beberapa variabel (indikator), dengan jumlah keseluruhan sebanyak 45 buah. Variabel-variabel tersebut merupakan hasil penelitian di berbagai negara.

2.4. Model Hipotesis

Berdasarkan kajian literatur di atas, terlihat bahwa keberhasilan (kesuksesan) wirausaha dalam menjalankan bisnisnya sangat ditentukan oleh berbagai variabel (dan aspek). Dengan menggunakan variabel-variabel penentu keberhasilan wirausaha seperti yang diuraikan dalam Tabel 1, maka dapat disusun model hipotesisnya.

Model hipotesis berupa hubungan antara variabel independen (kesuksesan wirausaha) dan variabel dependen (variabel yang mempengaruhi kesuksesan wirausaha) disusun dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_{45} X_{45} + \epsilon_n$$

dimana :

Y : Variabel dependen (tidak bebas) yaitu indikator kesuksesan *entrepreneur*

a, bi : Konstanta

X₁, X₂, X₃, .. X₄₅: Variabel independen (bebas) yaitu 45 indikator variabel

Variabel ϵ_n merupakan error ekonometrik yang diasumsikan berupa distribusi normal dengan *mean zero* dan *variance*.

Model hipotesis ini merupakan pengembangan dari kajian teoritis yang diajukan oleh Kiggundu (2002), Lussier dan Halabi (2010) dan penelitian lainnya. Meskipun menggunakan konsep yang diajukan oleh Kiggundu sebagai dasar dalam penyusunan model, penelitian ini juga menambahkan variabel lainnya yang belum ada dalam model Kiggundu. Variabel pendidikan dan pengalaman (aspek/ faktor demografi), yang dalam konsep Kiggundu dijadikan satu variabel, tetapi dalam penelitian ini dipisahkan menjadi dua variabel.

Pemisahan variabel ini didukung dari hasil-hasil penelitian sebelumnya (Coy *et al.*, 2007, Narayanasamy *et al.*, 2011 Kim, 1997, Kalyani dan Kumar, 2011, Ramana *et al.*, 2009, dan lainnya), pengamatan empirik dan hasil diskusi dengan pakar. Dibandingkan dengan konsep teoritis Kiggundu juga ada penambahan tiga variabel dari kategori faktor psikologi yaitu motivasi, jiwa kewirausahaan dan kreatif/ inovatif (Dalimunthe, 2002, Hult *et al.*, 2003, Samisoni, 2010). Terdapat penambahan empat variabel dari faktor perilaku kerja yaitu gaya pengambilan keputusan, lingkungan industri, orientasi pasar dan peluang (Dalimunthe, 2002, Sun, 2004, Hult *et al.*, 2003, Solymossy, 1998). Disamping itu, terdapat penambahan satu variabel dari faktor bentuk organisasi yaitu pengalaman bisnis organisasi (Dalimunthe, 2002).

Tabel 1. Variabel yang Memengaruhi Kesuksesan *Entrepreneur*

No.	Variabel	Penulis & Tahun
I. Demografi :		
1.1.	Umur	Kiggundu (2002); Hiemstra and Kooy (2006); Panda, T (2001); Bosma et al (2000); Lussier and Halabi (2010); Riyanti (2004)
1.2.	Jenis Kelamin	Kiggundu (2002); Bosma et al (2000)
1.3.	Status Sosial	Kiggundu (2002); Kara et al (2010); Alam et al (2011); Venter and Farrington (2009); Ramana et al (2009); Panda, T (2001); Lussier and Halabi, (2010); Morrison (2006)
1.4.	Pendidikan	Kiggundu (2002); Hiemstra and Kooy (2006); Coy et al (2007); Bosma et al (2000); Lussier and Halabi (2010); Narayanasamy et al, (2011); Bowen and Robert in Staw(1991), Kim (1997)
1.5.	Pengalaman	Kiggundu (2002); Kalyani and Kumar (2011); Ramana et al (2009); Panda (2001); Lussier and Halabi (2010); Duchesneau et al (1991); Hasweel et al in Zimmar and Scarborough (2006)
1.6.	Etnik	Kiggundu (2002); Lussier; and Halabi (2010)
II Faktor Psikologi		
2.1.	Pencapaian	Kiggundu (2002); Abdullah et al (2009); Seboria et al (2009); Chattopadhyay and Ghosh(2008); Sollimossy (1998); Lumkin and Dess in Lowder (2009); Morrison (2006)
2.2.	Keberanian Mengambil Resiko	Narayanasamy et al (2011); Kiggundu (2002); Frese (2002); Abdullah et al (2009); Sun (2004); Panda (2001); Munoz et al (2005).
2.3.	Kepercayaan Diri	Kiggundu (2002); Abdullah et al (2009); Dalimunthe (2002); Sun (2004)
2.4.	Orientasi Bertindak	Kiggundu (2002); Munoz et al (2005)
2.5.	Otonomi	Kiggundu (2002); Chattopadhyay (2008); Sun (2004); Morrison (2006)
2.6.	<i>Internal locus of control</i>	Kiggundu (2002); Bez zina (2007); Venter and Farrington (2009); Chattopadhyay (2008); Lussier and Halabi (2010); Rakin in Lowder (2009); Seboria et al (2009)
2.7.	Motivasi *	Dalimunthe (2002); Samisoni (2010); Welsch et al (2003)
2.8.	Jiwa Kewirausahaan *	Hult et al (2003)
2.9.	Kreatif/ Inovatif *	Samisoni (2010)
III Perilaku Kerja :		
3.1.	Bekerja Keras	Kiggundu (2002); Venter and Farrington (2009); Coy et al (2007); Munoz et al (2005)
3.2.	Kepemimpinan	Kiggundu (2002); Abdullah et al (2009)
3.3.	Orientasi Stratejik	Kiggundu (2002); Sollimossy (1998); Vargas (2001); Bosma et al (2000)
3.4.	Gaya Pengambilan Keputusan *	Dalimunthe (2002); Sun (2004); Gray (1999); Grieco (2007)
3.5.	Lingkungan Industri *	Dalimunthe (2002); Wisardja (2000)
3.6.	Orientasi Pasar *	Dalimunthe (2002); Hult et al (2003)
3.7.	Peluang *	Kearins et al (2004); Sollimossy (1998)
3.8.	Jaringan Sosial	Alam et al (2011); Monahan et al (2011); Sollimossy (1998); Lussier and Halabi (2010); Morrison (2006)
IV Kompetensi Inti		
4.1.	Keahlian Teknis	Kiggundu (2002); Chattopadhyay and Ghosh(2008); Rose et al (2006); Sun (2004)
4.2.	Keahlian Manajerial	Kiggundu (2002); Lussier and Halabi (2010); Abdullah et al (2009); Rose et al (2006); Herriott (2000); Wardatulaina (2011); Samisoni (2010)
4.3.	Keahlian Hubungan Personal	Kiggundu (2002); Rose et al (2006); Sun (2004); Samisoni (2010)
4.4.	Ketajaman Bisnis	Kiggundu (2002); Samisoni (2010)
4.5.	Inovasi	Kiggundu (2002); Frese et al (2002); Kearins et al (2004); Rose et al (2006); Bakar (2007); Samisoni (2010); Lussier and Halabi (2010)
4.6.	POSDCORB *)	Kiggundu (2002); Rose et al (2006); Lussier and Halabi (2010)

Sambungan (Tabel 1. Variabel yang Memengaruhi Kesuksesan *Entrepreneur*)

No.	Variabel	Penulis & Tahun
V Bentuk Organisasi :		
5.1.	Skala Usaha	Kiggundu (2002); Dalimunthe (2002); Sollimossy (1998); Samisoni (2010); Lussier and Halabi (2010)
5.2.	Umur Perusahaan	Kiggundu (2002); Samisoni (2010)
5.3.	Lokasi	Kiggundu (2002)
5.4.	Jaringan Usaha	Kiggundu (2002); Sollimossy (1998); Bosma, et al (2000)
5.5.	Pengalaman Bisnis *	Dalimunthe (2002); Wardatulaina (2011); Bakar (2007)
5.6.	Keahlian Pemasaran	Monahan (2011); Dalimunthe (2002); Sollimossy (1998); Lussier and Halabi (2010); Indarti and Langenberg (2005)
VI Sumberdaya Modal :		
6.1.	Modal Awal	Kiggundu (2002); Kalyani. (2011); Hatala (2005); Dalimunthe (2002); Panda (2001); Bosma et al (2000); Lussier and Halabi (2010)
6.2.	Sumber Modal	Kiggundu (2002); Attahir (1995); Indarti and Langenberg (2005; Samisoni (2010); Wardatulaina (2011); Rose et al (2006)
6.3.	Peningkatan Modal	Kiggundu (2002)
6.4.	Sumberdaya Manusia	Kiggundu (2002); Monahan (2011); Dalimunthe (2002); Samisoni (2010); Dalimunthe (2002); Sollimossy (1998); Lussier and Halabi (2010)
VII Bantuan Teknis :		
7.1.	Kredit/ Pembiayaan	Kiggundu (2002)
7.2.	Pelatihan	Kiggundu (2002); Venter and Farrington (2009); Dalimunthe (2002); Sun (2004).
7.3.	Konsultasi	Kiggundu (2002), Lussier and Halabi (2010)
7.4.	Inkubasi	Kiggundu (2002)
7.5.	Magang	Kiggundu (2002)
7.6.	Kunjungan Luar Negeri	Kiggundu (2002)
	*) Tambahan variabel diluar konsep Kiggundu (2002), Lussier and Halabi (2010)	
	**) POSDCORB (<i>Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting</i>)	

Dengan menggunakan model hipotesis di atas, faktor-faktor yang menentukan kesuksesan wirausaha dapat dikelompokkan ke dalam tujuh aspek yaitu: demografi, faktor psikologi, perilaku kerja, kompetensi inti, bentuk organisasi, sumberdaya modal dan bantuan teknis. Rincian ketujuh aspek dengan variabelnya adalah sebagai berikut.

1. Demografi (X_1) yang terdiri dari: usia (X_{11}), jenis kelamin (X_{12}), status social (X_{13}), pendidikan (X_{14}), pengalaman (X_{15}) dan etnik (X_{16}).
2. Psikologi (X_2) meliputi: pencapaian terbaik (X_{21}), keberanian mengambil resiko (X_{22}), kepercayaan diri (X_{23}), orientasi bertindak (X_{24}), otonomi (X_{25}), internal locus of control (X_{26}), motivasi yang kuat (X_{27}), entrepreneurship (X_{28}) dan kreatif/inovatif (X_{29}).
3. Perilaku kerja (X_3) terdiri dari: bekerja keras (X_{31}), kepemimpinan (X_{32}), berorientasi strategis (X_{33}), gaya pengambilan keputusan (X_{34}), lingkungan industri (X_{35}), orientasi pasar (X_{36}), kemampuan memanfaatkan peluang pasar dan jaringan (X_{37}) dan jaringan sosial dan pasar (X_{38}).
4. Kompetensi inti (X_4) meliputi: keahlian teknis (X_{41}), keahlian manajerial (X_{42}), keahlian hubungan personal (X_{43}), ketajaman bisnis (X_{44}), inovasi (X_{45}) dan keahlian dalam melakukan siklus manajemen (X_{46}).
5. Bentuk organisasi (X_5) yaitu: skala usaha (X_{51}), umur perusahaan (X_{52}), lokasi perusahaan (X_{53}), jaringan usaha (X_{54}), pengalaman bisnis (X_{55}) dan keahlian pemasaran (X_{56}).

6. Sumberdaya modal (X_6) terdiri dari: modal awal (X_{61}), sumber modal (X_{62}), peningkatan modal (X_{63}) dan sumberdaya manusia (X_{64}).
7. Bantuan teknis (X_7) meliputi: kredit/pembiayaan (X_{71}), pelatihan (X_{72}), akses konsultasi bisnis (X_{73}), inkubasi (X_{74}), magang (X_{75}) dan kunjungan/ kerjasama bisnis dengan luar negeri (X_{76}).

3. Metodologi Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari jawaban responden (pelaku usaha) terhadap variabel-variabel manifest/indikator dari masing-masing faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan wirausaha di industri makanan. Data sekunder merupakan data dari penelusuran pustaka, data BPS dan industri, serta data yang diperoleh dari pemerintah daerah.

Data primer diperoleh melalui survei lapangan, wawancara, pengisian kuesioner dan *Focused Group Discussion (FGD)*. Karena jumlah total populasi (wirausaha kecil menengah industri makanan di Jawa) sangat banyak dan jumlahnya belum terdata secara lengkap diperkirakan sekitar 12 juta unit usaha (Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, 2015) serta tersebar di hampir seluruh daerah, sementara penelitian memiliki keterbatasan waktu dan biaya, maka dilakukan pengambilan sampel secara purpose. Wirausaha yang sukses dapat diketahui melalui penelusuran di internet dan data sekunder yang diperoleh dari berbagai instansi seperti Kementerian KUKM dan *website* pemerintah daerah. Responden potensial kemudian dipilih dan dihubungi melalui telepon dan fax. Responden yang memberikan tanggapan dan bersedia dikunjungi (disurvey) dan diwawancarai berjumlah 34 responden. Ke-34 responden tersebut berlokasi di Yogyakarta dan sekitarnya (10 responden), di Malang dan sekitarnya (10 responden), di Bandung dan sekitarnya (7 responden) serta di Bogor (7 responden). Para responden tersebut, selain dikunjungi dan diwawancarai juga diminta untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari 45 pertanyaan

(indikator dari variabel) dengan menggunakan skala Liker 1-5. Selain itu, data primer juga diperoleh melalui FGD dengan melibatkan para stakeholder yang terdiri dari pakar kewirausahaan pangan dan pelaku wirausaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui penelusuran dari tulisan-tulisan dan hasil penelitian sebelumnya, jurnal ilmiah, working paper, data BPS, pemerintah daerah, serta bahan *lainnya*.

Analisis yang digunakan adalah analisis indeks dan analisis regresi linier berganda. Analisis indeks dilakukan untuk memperoleh gambaran deskriptif terhadap 45 indikator dan respon responden terhadap setiap indikator. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi (variable-variabel independen) terhadap kesuksesan wirausaha (*variable dependen*). Dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic SPSS for windows. Dari analisis tersebut juga dapat ditentukan faktor-faktor determinan apa saja yang menentukan kesuksesan seorang wirausaha.

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Uji validitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrumen atau kuesioner yang digunakan dalam suatu penelitian. Metode yang digunakan untuk menguji validitas variabel kesuksesan kewirausahaan adalah *Chisquare*. Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai signifikansinya dibawah 0,05. Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu penelitian pengukur dapat dipercaya. Uji reliabilitas diukur melalui metode *Cronbach's Alpha*, dimana kuesioner dikatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Uji asumsi klasik dilakukan dengan uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

4. Hasil dan Pembahasan

Dengan bantuan SPSS dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, analisis indeks dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan uji-

validitas terhadap 45 variable (indikator) kesuksesan kewirausahaan menunjukkan bahwa hampir seluruh variabel (indikator) yang digunakan valid. Demikian pula, dengan uji reliabilitas menunjukkan bahwa hasil pengukuran variabel tersebut dapat dipercaya (*reliable*). Dari hasil uji multikolinieritas, terdapat delapan variabel indikator (independen) yang saling berkorelasi di antara mereka.

Selain itu, dengan uji heteroskedastisitas terdapat 14 variabel (indikator) yang memiliki masalah heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas data, dengan menggunakan hasil analisis regresi linier berganda, analisis indeks, uji t, uji F dan analisis koefisiensi determinasi (R^2) diperoleh persamaan regresi linier bergandanya sebagai berikut:

$$Y = 1,066 + (-0,481) X_{11} + (-1,745) X_{21} + (0,923) X_{22} + (0,899) X_{27} + (1,122) X_{33} + (1,148) X_{37} + (-0,981) X_{43} + (-0,582) X_{51} + (0,918) X_{52} + (0,639) X_{53} + (0,808) X_{55} + (-1,416) X_{56} + (1,029) X_{73} + (-1,452) X_{75} + (0,405) X_{76}$$

dimana :

- Y = Kesuksesan wirausaha
- X_{11} = Usia
- X_{21} = Pencapaian terbaik
- X_{22} = Berani mengambil resiko atau memanfaatkan peluang bisnis
- X_{27} = Motivasi yang kuat
- X_{33} = Berorientasi strategis
- X_{37} = Kemampuan memanfaatkan peluang pasar dan jaringan
- X_{43} = Keahlian hubungan personal
- X_{51} = Skala usaha
- X_{52} = Umur perusahaan
- X_{53} = Lokasi perusahaan
- X_{55} = Pengalaman bisnis
- X_{56} = Keahlian pemasaran
- X_{73} = Akses konsultasi bisnis
- X_{75} = Kesempatan magang
- X_{76} = Kunjungan/ kerjasama bisnis dengan luar negeri

Berdasarkan hasil uji statistik F diperoleh nilai F hitung 17,702 dengan tingkat signifikan/probabilitas 0,000. Signifikansi yang jauh lebih kecil dibandingkan 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kesuksesan wirausaha atau dapat dikatakan bahwa keempat puluh lima variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kesuksesan wirausaha makanan di Koridor Jawa. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya *adjusted R square* adalah 0,929.

Hal ini berarti sebanyak 92,9% variasi dari kesuksesan wirausaha dapat dijelaskan dari keempat puluh lima variabel (indikator) independen. Sedangkan sisanya (100 % - 92,9% = 7,1 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar variabel di atas.

Dengan menggunakan nilai signifikansi hasil analisis regresi linier berganda diperoleh 15 variabel yang memiliki tingkat dominasi tinggi terhadap kesuksesan wirausaha. Faktor-faktor yang dilambangkan dalam bentuk variabel bebas ($X_{11}, X_{12}, \dots, \dots, X_{76}$) dinyatakan dominan memengaruhi kesuksesan kewirausahaan yang dilambangkan dalam bentuk variabel terikat (Y) apabila nilai signifikansinya sama dengan atau dibawah 0,05 (Tabel 2).

Tabel 2. Nilai Signifikansi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No.	Variabel	Nilai β	Nilai t	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	X ₁₁	-0,481	-2,132	0,071	Dominan
2	X ₁₂				Sangat Tidak Dominan
3	X ₁₃				Sangat Tidak Dominan
4	X ₁₄	0,084	0,515	0,622	Tidak Dominan
5	X ₁₅				Sangat Tidak Dominan
6	X ₁₆				Sangat Tidak Dominan
7	X ₂₁	-1,745	-9,094	0,000	Dominan
8	X ₂₂	0,923	5,819	0,001	Dominan
9	X ₂₃				Sangat Tidak Dominan
10	X ₂₄				Sangat Tidak Dominan
11	X ₂₅	-0,261	-1,241	0,255	Tidak Dominan
12	X ₂₆	0,0386	-0,259	0,803	Tidak Dominan
13	X ₂₇	0,899	3,751	0,007	Dominan
14	X ₂₈				Sangat Tidak Dominan
15	X ₂₉	-0,287	-1,160	0,284	Tidak Dominan
16	X ₃₁	-0,0664	-0,250	0,810	Tidak Dominan
17	X ₃₂	0,107	0,561	0,592	Tidak Dominan
18	X ₃₃	1,122	5,461	0,001	Dominan
19	X ₃₄				Sangat Tidak Dominan
20	X ₃₅				Sangat Tidak Dominan
21	X ₃₆				Sangat Tidak Dominan
22	X ₃₇	1,148	4,355	0,003	Dominan
23	X ₃₈				Sangat Tidak Dominan
24	X ₄₁				Sangat Tidak Dominan
25	X ₄₂	0,756	3,005	0,020	Tidak Dominan
26	X ₄₃	-0,981	-4,659	0,002	Dominan
27	X ₄₄	-0,330	-1,453	0,190	Tidak Dominan
28	X ₄₅				Sangat Tidak Dominan
29	X ₄₆				Sangat Tidak Dominan
30	X ₅₁	-0,582	-4,069	0,005	Dominan
31	X ₅₂	0,918	4,836	0,002	Dominan
32	X ₅₃	0,639	5,577	0,001	Dominan
33	X ₅₄				Sangat Tidak Dominan
34	X ₅₅	0,808	4,010	0,005	Dominan
35	X ₅₆	-1,416	-4,579	0,003	Dominan
36	X ₆₁	-0,538	-2,093	0,075	Tidak Dominan
37	X ₆₂				Sangat Tidak Dominan
38	X ₆₃				Sangat Tidak Dominan
39	X ₆₄	0,0619	0,290	0,780	Tidak Dominan
40	X ₇₁	-0,0274	-0,228	0,826	Tidak Dominan
41	X ₇₂				Sangat Tidak Dominan
42	X ₇₃	1,029	5,370	0,001	Dominan
43	X ₇₄				Sangat Tidak Dominan
44	X ₇₅	-1,452	-4,784	0,002	Dominan
45	X ₇₆	0,405	2,398	0,048	Dominan

Tabel 3. Faktor Paling Dominan yang Memengaruhi Kesuksesan Wirausaha di Jawa

No.	Variabel	Nilai β	Keterangan
1	X ₂₁	-1,745	Pencapaian berupa mengerjakan sesuatu yang selalu terbaik
2	X ₇₅	- 1,452	Mendapat kesempatan magang di perusahaan sejenis
3	X ₅₆	-1,416	Memiliki keahlian pemasaran
4	X ₃₇	1,148	Memiliki jaringan sosial dan pasar
5	X ₃₃	1,122	Berorientasi strategis yaitu pada pencapaian visi, misi dan strategi
6	X ₇₃	1,029	Akses konsultasi berupa bantuan konsultasi bisnis
7	X ₄₃	-0,981	Memiliki keahlian hubungan personal atau kemampuan membina hubungan dengan orang lain
8	X ₂₂	0,923	Berani mengambil resiko atau memanfaatkan peluang bisnis dengan modal sendiri
9	X ₅₂	0,918	Umur perusahaan, terutama perusahaan berusia lebih dari 5 tahun
10	X ₂₇	0,899	Motivasi atau punya keinginan kuat untuk menjalankan ide bisnis
11	X ₅₅	0,808	Memiliki pengalaman dalam bisnis makanan sebelumnya
12	X ₅₃	0,639	Lokasi perusahaan
13	X ₅₁	0,582	Skala usaha yang dicerminkan dengan dengan total penjualan dan keuntungan besar
14	X ₁₁	0,538	Usia
15	X ₇₆	0,405	Memperoleh kesempatan kunjungan/kerjasama bisnis dengan luar negeri

Kelima belas variabel yang memengaruhi kesuksesan wirausaha makanan di Jawa dapat dilihat pada Tabel 3. Dari Tabel 3 terlihat bahwa terdapat empat faktor yang paling signifikan mempengaruhi kesuksesan kewirausahaan, dan dua faktor lainnya yang juga berpengaruh adalah:

1. Faktor psikologis, dengan variabel:
 - 1) Pencapaian berupa pencapaian yang terbaik dengan nilai koefisien sebesar 1,745,
 - 2) Berani mengambil resiko atau memanfaatkan peluang bisnis dengan modal sendiri dengan nilai koefisien 0,923,
 - 3) Motivasi yang kuat dengan nilai koefisien 0,899;
2. Faktor bentuk organisasi, dengan variabel:
 - 4) Memiliki keahlian pemasaran dengan nilai koefisien sebesar 1,416;
 - 5) Umur perusahaan, terutama perusahaan berusia lebih dari 5 tahun dengan nilai koefisien 0,918;
 - 6) Memiliki pengalaman dalam bisnis makanan sebelumnya dengan nilai koefisien sebesar 0,808;
 - 7) Lokasi perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 0,639;
 - 8) Skala usaha yang dicerminkan dengan dengan total penjualan dan keuntungan besar dengan nilai koefisien sebesar 0,582.
3. Faktor perilaku kerja, dengan variabel:
 - 9) Kemampuan memanfaatkan peluang pasar dan jaringan dengan nilai koefisien 1,148;
 - 10) Berorientasi strategis yaitu pada pencapaian visi, misi dan strategi, dengan nilai koefisien 1,122;
4. Faktor bantuan teknis, dengan variabel:
 - 11) Mendapatkan kesempatan magang di perusahaan sejenis dengan nilai koefisien sebesar 1,452;
 - 12) Akses konsultasi berupa bantuan konsultasi bisnis dengan nilai koefisien 1,029;
 - 13) M e m p e r o l e h k e s e m p a t a n kunjungan/kerjasama bisnis dengan luar negeri dengan nilai koefisien sebesar 0,405
5. Faktor kompetensi inti, dengan variabel:
 - 14) Memiliki keahlian hubungan personal dengan nilai koefisien 0,981;
6. Faktor demografi, dengan variabel:
 - 15) Usia dengan nilai koefisien sebesar 0,538.

Dari hasil penelitian di atas, tampak bahwa faktor psikologis (pencapaian terbaik, berani mengambil risiko dan peluang, serta motivasi yang kuat), faktor bentuk organisasi (keahlian pemasaran, lamanya usaha, pengalaman, lokasi dan skala usaha), faktor perilaku kerja (jaringan

dan orientasi strategis) serta faktor bantuan teknis (kesempatan magang, bantuan konsultasi dan kerjasama bisnis) memiliki peran yang besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut sangat menentukan keberhasilan wirausaha di industri pangan. Faktor psikologis dan faktor perilaku kerja merupakan faktor yang ada dalam diri pelaku wirausaha. Artinya keberhasilan wirausaha sangat ditentukan oleh diri pelakunya. Seorang wirausaha yang sukses haruslah memiliki keyakinan, kepercayaan dan motivasi akan dirinya dan potensi yang dimilikinya untuk berhasil.

Selain faktor dari diri wirausaha, kesuksesan wirausaha juga ditentukan oleh faktor bentuk organisasi dan bantuan teknis. Faktor organisasi berupa keahlian pemasaran, lamanya usaha, pengalaman, lokasi dan skala usaha menunjukkan bahwa kesuksesan wirausaha ditunjukkan dari kemampuan mengelola organisasi yang teruji. Wirausahawan yang sukses umumnya mereka yang telah melewati masa awal dan transisi dalam mengelola bisnisnya. Dengan organisasi yang mapan, mereka umumnya memiliki pasar yang loyal, berada di lokasi strategis dengan skala usaha yang memadai. Selain itu, kesuksesan wirausaha juga dipengaruhi oleh bantuan institusi lainnya, seperti kesempatan magang dan bantuan konsultasi. Hal ini menunjukkan bahwa, dorongan dari luar (terutama pemerintah atau konsultan) memiliki peran yang besar dalam menunjang keberhasilan wirausaha. Wirausaha kecil menengah memerlukan dukungan pihak lain dalam memperkuat usaha mereka. Bimbingan konsultan yang terpercaya akan membuat kemampuan wirausaha dapat meningkat dengan lebih baik.

Kondisi di atas memberikan implikasi managerial bahwa kesuksesan wirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor dominan, sehingga dapat digunakan sebagai salah satu dasar dalam merumuskan kebijakan pengembangan wirausaha di Indonesia. Implikasi teoritis dari hasil penelitian pada kasus industri pangan di Jawa menunjukkan

bahwa masih terdapat beberapa variabel yang dapat ditambahkan dalam menentukan faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan wirausaha. Oleh karena itu dalam kasus industri pangan di Jawa, kerangka umum yang diajukan Kigundu perlu direvisi dengan penambahan beberapa variabel sesuai dengan hasil penelitian. Untuk mendorong tumbuhnya wirausaha baru, supaya lebih banyak wirausaha baru tumbuh, maka faktor-faktor penentu keberhasilan wirausaha di atas dapat dijadikan rujukan. Membangun wirausaha baru membutuhkan dukungan berbagai pihak. Selain perlu adanya upaya untuk menumbuhkan keyakinan dan motivasi yang kuat dari dalam diri wirausahawan, juga perlu didukung oleh lingkungan, kebijakan dan institusi yang kompeten.

Lingkungan wirausaha memungkinkan pelaku wirausaha dapat memilih lokasi yang strategis, meningkatkan pengalaman bisnisnya, memperbesar skala usaha, membangun jaringan dan melakukan kerjasama bisnis dengan para pelaku lainnya. Lingkungan ini dapat terwujud misalnya dalam areal sentra bisnis, kawasan usaha/ industri, kluster industri, daerah kawasan ekonomi khusus, teknopark, teknopolitan dan lainnya. Keberadaan lingkungan yang baik sangat diperlukan bagi wirausahawan untuk memperkuat bisnis mereka.

Kebijakan yang tepat diperlukan dalam menumbuhkan wirausaha baru dan memperkuat posisi mereka. Kebijakan pemihakan dengan memberi perlakuan khusus bagi usaha pemula memungkinkan mereka dapat tumbuh dengan baik. Beberapa kebijakan yang diperlukan diantaranya menyiapkan lokasi usaha yang strategis dengan sewa murah, memberikan kredit dengan bunga murah dan *grace period* yang panjang, menjamin ketersediaan pasar yang pasti, dan kebijakan lainnya. Institusi untuk mendukung tumbuhnya wirausaha diantaranya adalah kementerian/ dinas, lembaga inkubasi, lembaga konsultansi bisnis, lembaga intermediasi, lembaga pembiayaan, lembaga HKI dan lainnya.

Pemerintah pusat (Kementerian UMKM, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pariwisata, BKPM dan lainnya) dan pemerintah daerah (Dinas Perindustrian, Dinas UMKM, Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian dan lainnya) didorong untuk menyiapkan kebijakan dan pemberian insentif bagi tumbuhnya wirausaha. Lembaga inkubasi yang didirikan oleh pemerintah, perguruan tinggi maupun institusi lainnya berperan dalam menginkubasi wirausaha pemula (baru) dalam membangun bisnis mereka. Lembaga inkubasi dapat memberi bimbingan manajemen, pembiayaan dan pasar yang diperlukan supaya wirausaha tersebut dapat tumbuh dengan kuat. Lembaga konsultasi bisnis dapat membantu wirausaha dalam pengembangan bisnis mereka dengan saran-saran yang relevan.

Lembaga konsultasi bisnis dapat dijadikan tempat untuk berkonsultasi bagi para wirausaha untuk mengembangkan bisnis mereka atau meminta saran dalam pemecahan persoalan yang mereka hadapi. Lembaga intermediasi diperlukan terutama untuk menjadi penghubung antara pelaku wirausaha dengan penghasil teknologi yang diperlukan wirausaha. Lembaga pembiayaan seperti bank, koperasi, modal ventura, *angel investor* dan lembaga pembiayaan lainnya diperlukan untuk memberikan pinjaman bagi kegiatan usaha pelaku wirausaha, dengan bunga terjangkau dan jangka waktu yang cukup. Sementara itu, lembaga HKI diperlukan untuk memberi jaminan supaya produk-produk yang dihasilkan oleh para pengusaha kecil menengah dapat dilindungi teknologi dan kekayaan alam yang dikandungnya.

Untuk lebih memperkuat hasil penelitian ini, maka penelitian selanjutnya akan lebih komprehensif apabila dilengkapi dengan informasi tentang praktek-praktek kesuksesan wirausaha pangan di daerah lain di luar Jawa. Melalui informasi ini akan dapat diketahui apakah faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan wirausaha pangan akan dapat diketahui lebih baik dan dapat menggambarkan kondisi di Indonesia.

Studi selanjutnya juga perlu membahas secara memadai terkait dengan upaya-upaya untuk mendorong model perumusan kebijakan pengembangan wirausaha di luar industri pangan melalui identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan wirausaha.

5. Kesimpulan

Dari penelitian terhadap tujuh faktor dengan 45 indikator yang diuji, menunjukkan bahwa yang paling signifikan mempengaruhi kesuksesan wirausaha terdapat lima faktor dominan dengan lima belas indikator (variabel) yaitu: faktor psikologis (dengan indikator pencapaian terbaik, berani mengambil resiko dan peluang dan motivasi yang kuat), faktor perilaku kerja (dengan indikator berorientasi strategis dan kemampuan memanfaatkan peluang pasar dan jaringan), faktor bentuk organisasi (dengan indikator memiliki keahlian pemasaran, lamanya usaha, pengalaman, lokasi dan skala usaha), dan faktor bantuan teknis (dengan indikator mendapat kesempatan magang, bantuan konsultasi dan kerjasama bisnis), dan faktor kompetensi inti (dengan indikator memiliki keahlian hubungan personal).

Dari hasil penelitian memberikan implikasi managerial sehingga dapat digunakan sebagai salah satu dasar dalam merumuskan kebijakan pengembangan wirausaha di Jawa. Untuk mendorong tumbuhnya wirausaha baru, supaya lebih banyak wirausaha baru tumbuh, maka faktor-faktor penentu keberhasilan wirausaha di atas dapat dijadikan rujukan. Membangun wirausaha baru membutuhkan dukungan berbagai pihak. Selain perlu adanya upaya untuk menumbuhkan keyakinan dan motivasi yang kuat dari dalam diri wirausahawan, juga perlu didukung oleh lingkungan, kebijakan dan institusi yang kompeten. Penelitian ini masih relatif terbatas, karena jumlah sampel yang digunakan 34 wirausaha dari sekitar 12 juta unit usaha di bidang pangan di Indonesia. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang lebih luas dengan jumlah sampel yang mampu menggambarkan populasi secara keseluruhan.

Meskipun demikian, penelitian ini dapat dijadikan rujukan yang baik, karena bukan hanya berdasarkan kuesioner yang diolah, tetapi juga berdasarkan wawancara dan kunjungan langsung ke lapangan, sehingga setiap variabel dapat dipahami dan dijelaskan oleh responden dengan tepat. Disamping itu, jumlah sampel yang diambil masih dapat menggambarkan distribusi normal dari populasi karena jumlah sampel melebihi 30 wirausaha.

Daftar Pustaka

- Abdullah, F, Hamli, J & Deen, AR, (2009). Developing Framework of Success of Bumiputera Entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy*, 3 (1),8-24.
- Acs, Z.J. & Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy. *Small Business Economics*, 28, (2-3), 109-122.
- Alam, S.S, Jani, M.F & Omar, N.A, (2011). An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3 (2),166-175.
- Aldrich, H. E. (1990).Using, an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14(3): 7–24.
- Amir, E. & Lev, B, (1996). Value-relevance of Non-financial Information: the Wireless Communication Industry. *Journal of Accounting & Economics*, 22 (1-3), 3-30.
- Attahir, Y. (1995). Critical success factors for small business: Perceptions of South Pacific entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, (April): 69 – 73.
- Badudu, Y & Zain, S.T. (1996). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Bamford, C.E., Dean, T.J. & McDougall, P. P. (2000). An Examination of The Impact of Initial Founding Conditions and Decisions upon the Performance of New Banks Start-ups, *Journal of Business Venturing*, 15(3), 253-277.
- Barth, F. (2000). Economic Spheres in Darfur , in Swedberg R. (Ed.), *Entrepreneurship: A Social Science View*, (pp. 139-160). New York: Oxford University Press.
- Benzina, F. (2010). Characteristics of the Maltese Entrepreneur. *International Journal of Arts and Sciences* 3(7): 292 - 312
- Bosma, N., Van Praag, M.,Thurik, R., & DeWit, G. (2004). The Value of Human and Social Capital Investments for the Business Performance of Startups. *Small Business Economics*, 23, 227-236.
- Bosma, N, Praag, M & Wit, G, (2000). *Determinants of Successful Entrepreneurship Research Report 0002/E*. SCALES, Netherland.
- Brush, C.G. & Vanderwerf, P.A. (1992). A Comparison of Methods and Sources for Obtaining Estimates of New Venture Performance, *Journal of Business Venturing*, 7, (2), 157-170.
- Caliendo, M & Kritikos, P. (2007). Is Entrepreneurial Success Predictable? An Ex-ante Analysis of the Character-based Approach. IAZ Discussion Paper No 2687. Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
- Chattopadhyay, R & Ghosh, A. K. (2008). Entrepreneurship Intention Mode-Based Quantitative Approach to Estimate Entrepreneurship Success. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 21 (1), 1-22.
- Chocce, G.R & Ubeda, M.A. (2006). Venture Capital in Latin America:Evolution and Prospects in Chile. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management* 6(4-5), 286-302.
- Coy, S.P, Shipley, M.F & Jmerik, (2007). Factors Contributory to Success: A Study of Pakistan's Small Business Owners. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. June 12 (2),181-198.
- Dalimunthe, R.F.D, (2002). *Pengaruh Karakteristik Individu, Kewirausahaan, Gaya Kepemimpinan Terhadap Kemampuan Usaha Serta Keberhasilan Usaha Industri Kecil Tenun Dan Bordir Di Sumatera*. [Disertasi]. Universitas Sumatra Utara.

- Dennis, W.J & Fernald.L.W (2001). The Chances of Financial Success (and Loss) from Small Business Ownership. *Entrepreneurship Theory and Practice* 26 (1), 75-83.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*, Oxford: Butterworth-Heinemann
- Duchesneau, D.A. & W.B. Gartner. (1990). A Profile of New Venture Success and Failure in an Emerging Industry. *Journal of Business Venturing* 5, 297-312.
- Edvinsson, L. & Malone, M.S. (1997). *Intellectual Capital. Realizing Your Company's true Value by Finding Its Hidden Brainpower*. New York: Harper Collins Publishers.
- Frederick, H. H., Kuratko, D. F., & Hodgestts, R. M. (2006). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. Asia- Pacific edition, Cengage South Melbourne: Thomson.
- Frese, M, (2009). Toward a Psychology of Entrepreneurship- An Action Theory Perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5, (6), 435-495.
- Frese, M, Brantjes, A & Hoor, R, (2002). Psychological Success Factors of Small Scale Business in Namibia: the Role of Strategy Process, Entrepreneurial Orientation and the Commitment. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(3), 259-282.
- Gerschenkron, A. (2000). *The Modernization of Entrepreneurship*, in Swedberg, R. (Ed.), *Entrepreneurship: A social science view* (129-138). New York: Oxford University Press.
- Ghobadian, A. & O'Regan, N. (2006). The Impact of Ownership on Small Firm Behaviour and Performance, *International Small Business Journal*, 24(6), 555-584
- Gray, J. H. (1999). *Self-employment as a Career Option for Redundant Workers*. Faculty of Business and Economics Working Paper. No. 51/98. Victoria: Monash University.
- Harada, N. (2003). Who Succeeds as an Entrepreneur? An Analysis of the Post-entry Performance of New Firms in Japan. *Japan and the World Economy*, 15, 211-222.
- Haswell, S., & Holmes, S. (1989). Estimating the Small Business Failure Rate: A Reappraisal. *Journal of Small Business Management*, 27(3), 68-74.
- Hiemstra, A.M., Kooy, K.G & Frese, M, (2006). Entrepreneurship in the Street Food Sector of Vietnam- Assessment of Psychological Success and Failure Factors. *Journal of Small Business Management*; Jul 2006; 44 (3), 474-481.
- Hillman, A.J. & Keim, G.D. (2001). Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line?. *Strategic Management Journal*, 22 (2), 125-140.
- Holt, D. H. (1992). *Entrepreneurship: New Venture Creation*. New York: Prentice Hall
- Hult, G.T.M, Snow, C.C & Kandemid, D, (2003). The Role of Entrepreneurship in Building Cultural Competitiveness in Different Organizational Types. *Journal of Management*, 29(3), 401-426.
- Indarti, N., & Langenberg, M. (2004). Factors Affecting Business Success Among SMES: Empirical Evidences from Indonesia, *The Second Bi-Annual European Summer University 2004*, University of Twente, Enschede, The Netherlands, September, 19-21st.
- Ittner, C.D., & Larcker, D.F. (1998). Are Non-financial Measures Leading Indicators of Financial Performance? An Analysis of Customer Satisfaction, *Journal of Accounting Research*, 36, 1-35.
- Jennings, D.F., & Lumpkin, J.R. (1989). Functioning Modeling Corporate Entrepreneurship: an Empirical Integrative Analysis. *Journal of Management*, 15 (3), 485-502.
- Kalyani, B., & Kumar, D, (2011). *Motivational Factors, Entrepreneurship and Education: Study with Reference to Women in SMEs*. *Far East Journal of Psychology and Business*, 3(3), 14-35.
- Kaplan, R. S., & D.P. Norton, (1992) The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance, *Harvard Business Review*, (January-February): 71-79.

- Kearins, K, Luke, B and Corner, P, (2004). What Constitutes Successful Entrepreneurship? An Analysis of Recent Australisian Awards Experiences. *Journal of Australia and New Zealand Academy of Management*, 10(2),41.
- Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, 2015a, Menkop target 5 tahun jumlah wirausaha capai 2%. [http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1516:menkop-target-5-tahun-jumlah-wirausahawan-capai-2&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98, diakses 15 Maret 2015].
- Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, 2015b, "Kemekop 79,41 persen UKM pangan tanpa label", [http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=466:kemenkop-79,41-persen-ukm-pangan-tanpa-label&catid=50:bind-berita&Itemid=97, diakses 15 Maret 2015].
- Kementerian Koperasi dan UKM, (2011). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah 2011*. Jakarta
- Kiggundu, M.N, (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done. *Journal od Development Entrepreneurship*, 7(3), 239-258.
- Kim, L. (1997) *Imitation to Innovation: the Dynamics of Korea's Technological Learning*, Boston: Harvard Business School Press.
- Lussier, R.B and Halabi, C.E, (2010). A Three-country Comparison of the Business Success versus Failure Prediction Model. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 360-377.
- Lussier, R.B, (1995).A Nonfinancial Business Success versus Failure Prediction Model for Young Firms. *Journal of Small Business Management*, 33(1), 8-20.
- Man, T.W.Y.; Lau, T. and Chan, K.F. (2002). The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: a Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies, *Journal of Business Venturing*, 17 (2), 123-142.
- McGee, J.E.; Dowling, M.J. and Megginson, W.L. (1995). Co-operative Strategy and New Venture Performance: The Role of Business Strategy and Management Experience. *Strategic Management Journal*, 16(7), 565-580.
- Meredith, Geoffrey G., Nelson, Robert E., and Neck, Philip, A. (2000). *The Practice of Entrepreneurship*. Geneva, International Labour Office.
- Morrison, A, (2006). A Contextualization of Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 12(4), 192-209.
- Munoz, J.M, Liao, J and Welsch, H, (2005). *Success Factors Among Phillippinese Entrepreneurs. Annual Conference of the US Association of Small Business and Entrepreneurship*. Indian Well, California
- Murphy, G.B.; Trailer, J.W. and Hill, R.C. (1996). Measuring Performance in Entrepreneurship Research, *Journal of Business Research*, 36 (1), 5-23.
- Narayanasamy, K, Rasiah, D and Jacobs, C.J., (2011). An Empirical Study of Factors Influencing Gender Differences in Entrepreneurship. *The International Business and Economics Research Journal*, 10(10), 17-30.
- Panda, T.K, (2001). *Entrepreneurship Success: key Indicator Analysis in Indian Context*. Indian Institute of Management, Luckknow, India
- Perez, E.H and Canino, R.M, (2009). The Importance of the Entrepreneur's Perception of Success. *Review of International Comparative Management*, 10(5), 990-1003.
- Pompe, P.M and Bilderbeek, (2005). The Prediction of Bankruptcy of Small-and-Medium Sized Industrial Firms. *Journal of Business Venturing* 20(6), 847-869.
- Van Praag, C.M, (1999). Some Classic Views on Entrepreneurship. *De Economist* 147(3), 311-335.
- Rajput, A.A, (2011). *Developing Entrepreneurial Model for Pakistan SMEs : A Case Study on Commercial Fast Food SMEs*. PhD thesis, Mohammad Ali Jinnah University, Karachi.

- Ramana, C.V, Ramana.K.J & Aryasri, R. (2009). Influence of Socio-Demographic Factors on Entrepreneurial Attitudes and Success. *South Asian Journal of Management*,16(4),111-126.
- Riyanti, B.P. (2004). Factors Influencing the Success of Small-Scale Enterprises in Indonesia. in B. N. Setiadi, A. Supratiknya, W. J. Lonner, & Y. H. Poortinga (Eds.). *Ongoing Themes in Psychology and Culture*. Melbourne, FL: International Association for Cross-Cultural Psychology. [http://www.iaccp.org, diakses 10 Jan 2015].
- Robinson, K.C., & McDougall, P.P. (1998). The impact of alternative operationalizations of industry structural elements on measures of performance for entrepreneurial manufacturing ventures, *Strategic Management Journal*, 19, (11), 1079-1100.
- Rose, R.C, Kumar, N & Yen, LL, (2006). The Dynamics of Entrepreneur'Success Factors in Influencing Venture Growth.*Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 2(2), 1-23.
- Samisoni, M.T, (2010). *What Factors Influence Entrepreneurial Success in Fiji? What are the Implications*. Thesis. University of the Sunshine Coast, Australia.
- Santos-Requejo, L. and González-Benito, O. (2000). Economic Success Factors in Spanish Small Retail Businesses. An Analysis based on Sector-relative Definitions, *Small Business Economics*, 15(3),209-222.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard Press:Cambridge.
- Sebora, T; Lee,S.M., & Sukasame. (2009). Critical Success Factors for E-commerce Entrepreneurship: An Empirical Study in Thailand. *Small Business Economics*, 32(3),303-316.
- Small Business Administration. (2015). *Advocacy: the voice of small business in government*. [http://www.sba.gov, diakses 10 Januari 2015].
- Solymossy, E, (1998). *Entrepreneurial Dimensions: the Relationship of Individual, Venture, and Environmental Factors to Success*. Thesis. Case Western Reserve University
- Stuart, R.W. & Abetti, P.A. (1987). Start-up Ventures: towards the Prediction of Initial Success, *Journal of Business Venturing*, 2(3), 215-230.
- Sun, T. (2004). *Knowledge Required to Achieve Entrepreneurial Success*. Dissertation. University of Phoenix
- Szerb, C. (2003). *The Changing Role of Entrepreneur and Entrepreneurship in Network Organizations in Lengyel*, I (ed). Knowledge Transfer, Small and Medium-Sized Enterprises and Regional Development in Hungaria. JATEPress, Szeged:81-95
- Timmons, J. A. (1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Burr Ridge, Ill.: Irwin.
- Usoff, C.A., Thibodeau, J.C., & Burnaby, P. (2002). The Importance of Intellectual Capital and Its Effect on Performance Measurement Systems, *Managerial Auditing Journal*, 17(1), 9-15.
- Venter, E., & Farrington, S. (2009). The Influence of Family-related Factors in the Succession Process in Small and Medium-sized Family Businesses. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 9(1): 17–32.
- Weber, M. (1935). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Allen and Unwin.
- Willard, G.E., Krueger, D.A., & Feeser, H.R. (1992). In Order to Grow, Must the Founder Go: A Comparison of Performance between Founder and Nonfounder Managed High-growth Manufacturing Firms. *Journal of Business Venturing*, 16, 181-194.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium-sized Businesses, *Strategic Management Journal*, 24(13),1307-1314.
- Zahra, S.A., & Bogner, W.C. (2000). Technology Strategy and Software New venture's Performance. Exploring the Moderating Effect of the Competitive Environment, *Journal of Business Venturing*, 15 (2),135-173.

- Zahra, S.A., & Covin, J. (1995). Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10, 43-58.
- Zimmerer, T.W., & Scarborough, N.M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Prentice Hall.