ANALISA FAKTOR KARAKTERISTIK ENTREPRENEUR, KARAKTERISTIK SUMBER DAYA MANUSIA, DAN KARAKTERISTIK UMKM TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Pedagang grosir dan retail di Pasar Genuk - Semarang)

Azis Fathoni SE MM
Dosen – Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis- Universitas Pandanaran Semarang

Abstract

This research intends to find out the effect of characteristic of entrepreneur, characteristic of human resource management, SMEs characteristics to the innovation effort and development of business. The study was conducted in Semarang city, the sample were 42 merchants who have employ a labor work as two year experience at Genuk market. The research type is explanatory research. Data analysis using linear regression. The results showed that Entrepreneur Characteristics, Human Resource Management Characteristics and SMEs Characteristic either partially or simultaneously have an influence on the innovating and Development Of Business In Traditional Markets of Genuk. Charctersitic of entrepreneur is the most influencing variable to the innovating and to Development Of Business. Recommendation for trader in the traditional market is they need to always foster an optimistic attitude in running the business. This attitude can be formed by creating a bevy of fellow traders so that every issue can be resolved soon. Besides the characteristic form of motivation to strive entrepreneur must be maintained by attending various training such as retail training in financial management, merchandise arrangements that will grow the innovation and creativity that never died for business development.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh karakteristik e*ntrepreneur, karakteristik* manajemen sumber daya manusia, karakteristik UMKM itu sendiri terhadap perkembangan usaha dengan variable inovasi sebagai intervening. Penelitian dilakukan di kota Semarang dengan sampel sebanyak 42 pedagang yang sudah berdagang selama hampir dua tahun minimal di Pasar Genuk. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Analisis data menggunakan uji regresi linier. Hasil uji analisis regresi didapat bahwa variabel karakteristik entrepreneur, karakteristik manajemen sumber daya manusia, karakteristik UMKM secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional Genuk. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah karakter kewirausahaan. Rekomendasi bagi para pedagang di Pasar Genuk adalah perlunya untuk selalu memupuk sikap optimis dalam menjalankan usaha. Sikap ini bisa dibentuk dengan membuat perkumpulan sesama pedagang sehingga setiap ada persoalan dapat segera teratasi. Selain itu karakteristik Entrepreuner berupa motivasi untuk berusaha harus selalu dijaga dengan mengikuti berbagai pelatihan seperti pelatihan ritel dalam hal pengelolaan keuangan, pengaturan barang dagangan sehingga akan tumbuh inovasi dan kreativitas yang tidak pernah mati demi untuk perkembangan usaha.

Keyword

Entrepreneur Characteristics, Human Resource Management Characteristic, Characteristics Of SMEs, Innovation, Development Business.

Karakteristik Entrepreuner, Karakteristik Manajemen SDM, Karakteristik UKM, Inovasi dan Perkembangan Usaha.

PENDAHULUAN

Pengaruh liberalisasi investasi menyebabkan banyak bermunculan ritel dari luar negeri dengan kemampuan kapital yang luar biasa melakukan aktivitasnya di Indonesia. Kondisi ini semakin terasa, setelah dikeluarkannya Keppres No 96/1998 tentang Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal. Keberadaan Keppres ini mengundang masuk *retailer* asing untuk membuka usahanya di Indonesia ditambah dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern yang serba praktis (Bagus, 2009). Pengaruh liberalisasi ini merambah ke ritel dan hamper pasti mengubah pasar di skala paling kecil.

Perkembangan industri ritel di Indonesia kini semakin semarak. Kehadiran para pelaku usaha ritel modern telah memberi warna tersendiri bagi perkembangan industri ritel Indonesia. Dalam jangka waktu yang singkat beberapa pelaku usaha ritel modern dengan kemampuan kapital yang luar biasa melakukan aktivitasnya di Indonesia. Mereka mewujudkannya antara lain dalam bentuk minimarket, supermarket bahkan hypermarket yang kini bertebaran di setiap kota besar Indonesia. Usaha ini sangat menarik perhatian para pemilik modal untuk mengembangkan usaha industri ritel, sebagai contoh usaha seperti diatas seperti bentuk usaha franchise adalah duplikasi bisnis yang telah sukses, sehingga bagi mereka yang akan membeli bisnis franchise tidak perlu lagi bersusah payah menjalankan bisnis ini dari awal dan tidak perlu harus jatuh bangun untuk memulai bisnis ini.

Hal ini membuat membuat pasar tradisional semakin terdesak, pasar tradisional sendiri merupakan salah satu alat yang dapat memperkokoh perekonomian, mengingat bahwa usaha kecil yang berada di industri ritel tradisional terbukti tidak rentan terhadap imbas krisis multidimensional yang melanda Indonesia sejak 1997. Sebagian besar masyarakat Indonesia tetap mengandalkan pasar tradisional, karena jumlah pekerja kelas menengah ke bawah terserap cukup banyak. Oleh karenanya, jika pasar dibiarkan mati karena hadirnya pasar modern dan hypermarket, potensi pengangguran akan terus bertambah (Jemabut, 2011).

Di Indonesia pangsa pasar dan kinerja usaha pasar tradisional menurun, sementara pada saat yang sama pasar modern mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kontribusi pasar tradisional sekitar 69,9% pada 2014, menurun dari tahun sebelumnya (2013) sekitar 73,7%. Kondisi sebaliknya terjadi pada Supermarket dan Hypermarket, kontribusi mereka kian hari kian besar. Pada 2014 kontribusi pasar modern sebesar 26,3% mengalami kenaikan pada tahun berikutnya, 2015 menjadi 30,1% (AC. Nielsen, 2013). Namun, Pasar tradisional mampu mendapatkan pendapatan retribusi pasar selalu memenuhi target dari tahun 2012 dari target sekitar Rp 14 miliar, tercapai 100 persen dan diharapkan mampu meraih hingga tahun 2016 Rp 16 miliar atau mencapai 86 persen.

Selama ini kehadiran pasar modern selalu dipertentangkan dengan keberadaan pasar tradisional sebagai dua kutub yang berbeda. Berbelanja di pasar modern lebih mudah dengan fasilitas yang serba lengkap dan dikelola dengan profesional. Di samping itu dibandingkan pasar tradisional, pasar modern juga memiliki pelayanan yang lebih menarik daripada pasar tradisional, serba instan dengan kemasan yang lebih baik sehingga barang-barang yang bersifat mudah rusak (*perishable*) dan tahan lebih lama meski dengan harga yang sedikit lebih mahal (Kusdarjito, 2009).

Sedangkan di pasar tradisional masih dihadapkan dengan ketidaknyamanan berbelanja. Hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Ekapribadi (2007) menyebutkan ada beberapa kelemahan yang dimiliki pasar tradisional. Kelemahan tersebut telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah. Faktor desain dan tampilan pasar, atmosfir, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi pengeluaran, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

Pasar adalah tempat mendistribusikan kebutuhan harian masyarakat di suatu kota. Pasar terbagi menjadi dua jenis menurut manajemen dan mutu pelayanannya, yaitu Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Kota Semarang mengalami pertumbuhan jumlah Pusat Perbelanjaan Modern dan Supermarket / Hipermarket yang cukup pesat yang berimbas kepada pergeseran preferensi dan pangsa pasar dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern. Penelitian kualitatif dilakukan dengan mengambil sampel pedagang dari dua jenis Pasar Tradisional. Secara umum kondisi pedagang di kedua pasar umumnya mengandalkan penjualan harian ke pelanggan non rumah tangga secara grosir, sistem pemasok menggunakan agen dengan pembayaran tunai, modal dari pedagang sendiri dan strategi klaim kualitas dan sikap baik sebagai cara mendapatkan konsumen. Banyak pedagang mengalami penurunan omset dan keuntungan harian, yang diikuti oleh penurunan jumlah pembeli harian dan penurunan jam aktif transaksi pasar menjadi indikasi kelesuan pasar tradisional.

Menurunnya minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional selain disebabkan karena kurang berkembangnya pasar tradisional, juga dipengaruhi oleh minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional (Wiboonpongse dan Sriboonchitta, 2006). Hal ini diperkuat dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Paesoro (2007), penyebab utama kalah bersaingnya pasar tradisional dengan supermarket adalah lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktur pasar tradisional, bukan semata-mata karena keberadaan supermarket. Supermarket sebenarnya mengambil keuntungan dari kondisi buruk yang ada di pasar tradisional (Trisno, 2011).

Namun demikian, pasar tradisional juga memiliki beberapa keunggulan dalam pelayanan bersaing secara alamiah seperti lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli yang merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional.

Penelitian sebelumnya yang yang dilakukan oleh Indiarti dan Langenberg (2004) mengenai perkembangan usaha UKM menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tradisional adalah modal psikologis *entrepreneur*, manajemen sumber daya manusia, inovasi, karakteristik dari *entrepreneur*, dan karakteristik usaha itu sendiri.

Fenomena modernisasi dan globalisasi ini terjadi di hampir semua perkotaan di Indonesia, tidak terkecuali di kota Semarang. Pada tahun 2015, jumlah pasar yang dimiliki Pemerintah Kota Semarang yang dikenal dengan pasar tradisional adalah sejumlah 67 pasar yang tersebar di seluruh Kota Semarang (Bappeda, 2015). Sedangkan, jumlah pasar modern, sampai dengan tahun 2015 tercatat sejumlah 723 unit (Bappeda, 2015). Salah satu pasar

tradisional di kota Semarang adalah pasar Genuk. Lokasi pasar Genuk yang berada di pinggiran kota yang menghubungkan area semarang kota dengan daerah pinggiran semarang menuju wilayah demak dan sekitarnya (Kota arah pantura). Pasar Genuk adalah pasar berjenis pasar lingkungan yang terletak di tengah - tengah perumahan penduduk dengan tingkat kepadatan cukup tinggi yang punya masalah tersendiri, selain kesulitan lahan untuk pengembangan pasar juga sirkulasi di sekitar pasar menjadi semakin tidak teratur oleh aktivitas warga. Alih fungsi zona pemukiman menjadi area komersial tersebut terlihat pada kawasan perumahan di sekitar Pasar Genuk yang berubah menjadi deretan pertokoan.

Revitalisasi pasar-pasar tradisional seperti pasar genuk dirasa sudah sangat perlu dilakukan. Disamping bangunannya sudah termakan usia, penataan pedagang juga dirasa penting. Hal ini bertujuan untuk menertibkan dan memberikan kesan bersih kepada pasar tradisional yang terlihat kumuh.Dalam proses revitalisasi sedikit banyak mempengaruhi jumlah pendapatannya. Taksiran penurunan pendapatannya kira-kira di angka 10 persen sampai 20 persen.

Selain itu beberapa permasalahan berkaitan dengan keberadaan pasar tradisional saat ini antara lain sebagai berikut (Bappeda, 2010): (a) Meningkatnya pasar-pasar modern, baik skala regional seperti supermarket dan hipermarket, sampai dengan skala lingkungan berupa minimarket yang dikelola pengusaha besar dan konglomerasi ritel bermunculan di kawasan permukiman di Kota Semarang, dinilai memiliki kecenderungan dalam mendesak eksistensi warung, toko dan pedagang pasar tradisional; (b) Kondisi pasar tradisional secara fisik tertinggal dari pasar modern, dikarenakan rendahnya tingkat kesadaran terhadap kedisiplinan, kebersihan dan ketertiban, maupun kurangnya perhatian terhadap pemeliharaan sarana fisik (kondisi lingkungan yang kotor, bau dan becek).

Berdasarkan alasan logis tersebut penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor Karakteristik Entrepreuner, Karakteristik SDM , Karakteristik UMKM yang menggunakan Inovasi sebagai variable intervening tehadap perkembangan usaha pedagang di pasar Genuk baik secara parsial maupun secara simultan.

KAJIAN TEORI

Perkembangan perusahaan didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk membuat tindakan dan hasil yang dapat diterima (Pfeffer & Salancik, 1978). Namun perkembangan perusahaan harus dapat dikonsepkan dan dioperasionalisasikan, serta dapat diukur dalam beberapa cara. Hal senada dikemukakan Kaplan dan Norton (dalam Riyanti, 2003) yang menegaskan bahwa kinerja keuangan tidak mampu ”bicara banyak” tentang masa lalu perusahaan atau tidak otomatis membawa perusahaan ke arah yang lebih baik. Indiarti dan Langenberg (2004) merumuskan faktor faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha diantaranya adalah karakteristik *Sumber Daya Manusia adalah factor utama.*

Orang memutuskan untuk menjadi wirausaha bukan karena dia tidak mampu mendapatkan pekerjaan yang baik. Banyak wirausaha berpendidikan baik dan memiliki pekerjaan yang mapan sebelum memutuskan menjadi wirausaha. Seseorang mau menjadi wirausaha karena tidak takut untuk bekerja keras, tetapi justru menganggap kerja keras sebagai tantangan. Keputusan untuk memulai usaha sendiri juga mensyaratkan adanya motivasi

internal, seperti ingin beraktualisasi (Riyanti, 2003).

Karakteristik *Entrepreuner* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kewiraswastaan berasal dari kata *entrepreneur* (bahasa inggris) adalah ”orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya” (Sumarsono, 2010). Pengertian entrepreneurship menurut Zimmerer yang dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2007:67) mengemukakan Entrepreneur merupakan satu kelompok yang mengagumkan, manusia kreatif dan inovatif. Mereka merupakan bahan bakar pertumbuhan ekonomi masyarakat, karena ia memiliki kemampuan berfikir dan bertindak produktif

Sedangkan menurut Rostand yang dialih bahasakan oleh winardi (2003:23) mengemukakan entrepreneurship adalah sebagai berikut: Sebuah proses dinamika dimana orang menciptakan kekayaan inkremental. Kekayaan tersebut diciptakan oleh individu-individu yang menanggung resiko utama, dalam wujud resiko modal, waktu dan komitmen karier dalam hal menyediakan nilai untuk produk atau jasa tertentu

Menurut Buchari Alma (2007:26) mengatakan bahwa entrepreneurship adalah sebagai berikut:kegiatan individual atau kelompok yang membuka usaha baru dengan maksud memperoleh keuntungan (laba), memelihara usaha itu dan membesarkannya, dalam bidang produksi atau distribusi barang-barang ekonomi atau jasa

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa entrepreneurship adalah seorang yang memulai suatu bisnis baru dan yang melakukan hal tersebut dengan jalan menciptakan sesuatu yang baru, atau dengan jalan memanfaatkan sumber-sumber daya dengan cara yang tidak lazim, dengan upaya menghasilkan nilai bagi para pelanggan

Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Setiap pikiran dan langkah wirausahawan adalah bisnis. Bahkan, mimpi seorang pebisnis sudah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnisbisnis baru. Ketrampilan dan strategi seorang wirausaha harus mampu menciptakan suatu peluang, mengantisipasinya serta mengupayakan kesuksesan bagi dirinya, perusahaannya, maupun orang lain. Segala sesuatu tentang kesuksesan wirausaha yg berhubungan dengan usahanya tersebut dapat dipelajari, dilatih dan dikenal selama ini sebagai kewirausahaan. Disiplin ilmu kewirausahaan dalam perkembangannya mengalami perkembangan yang cepat di berbagai bidang seperti: industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan dan pada bidang lain. Kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup (usaha) (Kristanto, 2009). Oleh karenanya seorang wirausaha yang berhasil harus mempunyai karakteristik kewirausahaan. Karakteristik tersebut meliputi karakteristik demografi seperti umur dan jenis kelamin, serta latar belakang individu seperti pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya memiliki dampak terhadap niat dan upaya *entrepreneur* (Kolvereid, 1996; Mazzarol, Volery, Doss, dan Thein, 1999).

Thompson (2005) mendefinisikan innovasi sebagai “pembangkit, penerimaan dan penerapan ide baru, proses, produk atau jasa”. Sementara itu

menurut Jensen dan Webster (dalam Sumarsono, 2010) aspek inovasi mencakup empat bagian: produk, proses, organisasi, dan pemasaran. Seorang wiraswasta yang unggul memiliki sifat-sifat kreatif, inovatif, originalitas, berani mengambil risiko, berorientasi ke depan dan mengutamakan prestasi, tahan uji, tekun, tidak gampang patah semangat, bersemangat tinggi, berdisiplin baja dan teguh dalam pendirian. *Entrepreneurship* tidak dapat diajarkan dalam sebuah seminar atau sebuah buku, seperti juga berenang, main golf, ataupun naik sepeda. Perlu sebuah praktik dan contoh aktual dan pembuktian di lapangan untuk membentuk sebuah kemampuan berwiraswasta. Penularan adalah cara terbaik untuk mengajarkan *entrepreneurship* (Sumarsono, 2010). Inti dari kewiraswastaan adalah adanya kemampuan untuk melakukan inovasi agar terjadi pemindahan sumber daya ekonomi dari kawasan produktivitas rendah ke kawasan produktivitas tinggi.

Menurut T. Hani Handoko (2004:4), menyatakan bahwa : "Manajemen Sumber Daya Manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan individu maupun organisasi". Sedangkan menurut Garry Dessler (2004:4), mengatakan bahwa : "Human Resource Management (HRM) is the policies and practices involved in carrying out the "people" or human resource aspects of amanagement position including recruiting, screening, training, rewarding and appraising".Artinya :"Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu kebijakan dan praktik menentukan aspek "manusia" atau Sumber Daya Manusia dalam posisi manajemen termasuk merekrut, melatih, memberikan penghargaan dan penilaian".

Dari beberapa definisi para ahli yang telah mengemukakan pendapatnya, menunjukkan bahwa manajemen personalia adalah suatu ilmu dan seni perencanaan, pengadaan, bagaimana memberi pengaruh dan mengarahkan tenaga kerja manusia agar dapat bekerja semaksimal mungkin, sehingga dapat mencapai tujuan individu itu sendiri dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidupnya, serta tidak merugikan masyarakat sekitar, baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan itu sendiri. Sedangkan Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pendayagunaan Sumber Daya Manusia dan sumber daya lainnya, secara efisien, efektif dan produktif, dengan kata lain Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan perluasan gambaran dari manajemen personalia yang mempunyai arti sebagai kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya mengelola Sumber Daya Manusia.

Schemerhorn (2001) mendefinisikan manajemen sumber daya manusia sebagai proses merekrut,mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang berbakat dan energik untuk mendukung misi, tujuan dan strategi organisasi. Menurut Havenga (2009) ada empat bagian pokok dalam manajemen sumber daya manusia yaitu seleksi dan rekrutmen, komunikasi dan motivasi, pelatihan dan pengembangan, serta kesejahteraan dan kompensasi.

Dilihat dari karakteristiknya, unit UKM terdiri dari banyak industri dan produk, banyak penelitian telah dilakukan untuk mengetahui karakteristik khusus dari usaha kecil (Poon, Swatman & Vitale, 1996; Reynolds, Savage & William,1994). UKM berbeda dengan organisasi yang

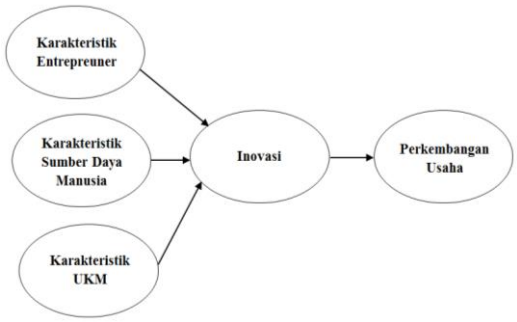
besar dari berbagai alasan seperti sedikitnya karyawan, dan dukungan dan pengaruh yang besar dari pemilik UKM pada operasional perusahaan (Parker, 1997;Poon, Swatman & Vitale, 1996. Karakteristik UMKM adalah menyangkut asal usul perusahaan, lamanya perusahaan tersebut telah beroperasi, ukuran kperusahaan, dan sumber pendanaannya dikategorikan sebagai faktor karakteristik dari UKM (Indiarti & Langenberg, 2004).

METODE

Penelitian ini menggunakan tipe *Eksplanatory Research*, yaitu tipe penelitian yang menjelaskan pengaruh antar variabel yang ada. Dalam hal ini peneliti akan menentukan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel yang lain kemudian dimasukkan ke dalam permasalahan dan dirumuskan dengan jelas dengan hipotesis (Istijanto, 2005). Adapun variabel penelitian ini adalah variabel faktor Karakteristik Entrepreuner, karakteristik Sumber Daya Manusia, Karakteristik UKM, inovasi dan Perkembangan Usaha pedagang tradisional di pasar Genuk. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang sembako dan snack di pasar Genuk yang memiliki pegawai/tenaga kerja. Adapun jumlah pedagang yang diambil sampelnya pasar Genuk adalah sebanyak 88 pedagang. Oleh karena itu jumlah sampel yang diambil adalah keseluruhan dari jumlah populasi penelitian, mengingat jumlahnya yang tidak terlalu besar akan tetapi sesuai dengan kaidah jumlah sampel dalam pengolahan statistic (n=30) (Parasuraman, 1991).

Analisis data menggunakan analisis regresi dimana analisis ini dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna, atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana dan berganda (Triton, 2006) dengan menggunakan bantuan SPSS ver. 20.00.

KERANGKA PIKIR



HASIL DATA DAN PEMBAHASAN

- Modal karakteristik kewirausahaan seperti optimis, mempunyai daya tahan, bekerja keras, mempunyai visi kedepan

Tabel 1. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan / Entrepreuner terhadap Daya Inovasi Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	3.041	2.054		1.656	0.106
Karakteristik Entrepreuner	.461	.0181	.482	2.543	.001

Sumber: Data primer, diolah (2015)

serta berani mengambil risiko merupakan faktor utama dalam keberlangsungan inovasi usaha. Tabel 1 menunjukkan hasil analisis regresi variabel Karakteristik kewirausahaan / Entrepreuner terhadap daya inovasi usaha.

Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel karakter Entrepreuner berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha dengan nilai $t_{_hitung}$ sebesar 2.543 > $t_{_tabel}$ sebesar 1,0711. Riyanti (2003) menyebutkan bahwa orang memutuskan untuk menjadi wirausaha bukan karena dia tidak mampu mendapatkan pekerjaan yang baik. Banyak wirausaha berpendidikan baik dan memiliki pekerjaan yang mapan sebelum memutuskan menjadi wirausaha. Seseorang mau menjadi wirausaha karena tidak takut untuk bekerja keras, tetapi justru menganggap kerja keras sebagai tantangan. Keputusan untuk memulai usaha sendiri juga mensyaratkan adanya motivasi internal, seperti ingin beraktualisasi.

Karakteristik kewirausahaan adalah karakteristik *entrepreneur* atau pemilik usaha mikro yang juga bertindak sebagai manajer dalam bisnis pada saat yang sama (Devins, Johnson, Gold, & Holden, 2006. Tabel 2 menunjukkan hasil analisis regresi variabel Karakteristik Entrepreuner terhadap Perkembangan Usaha.

Karakteristik tersebut meliputi karakteristik demografi seperti umur dan jenis kelamin, serta latar belakang individu seperti pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya memiliki dampak terhadap niat dan upaya *entrepreneur* (Kolvereid, 1996; Mazzarol, Volery, Doss, dan Thein, 1999).

- Schermerhorn (2001) mendefinisikan manajemen sumber daya manusia sebagai proses merekrut, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang berbakat dan energik untuk mendukung misi, tujuan dan strategi organisasi.

Ada empat bagian pokok dalam manajemen sumber daya manusia yaitu seleksi dan rekrutmen, komunikasi dan motivasi, pelatihan dan pengembangan, serta kesejahteraan dan kompensasi (Havenga, 2009). Tabel 2 menunjukkan hasil analisis regresi variabel Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Inovasi

Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel Manajemen Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{_hitung}$ sebesar 1.879 > $t_{_tabel}$ sebesar 1,0711 dengan nilai signifikansi sebesar .048 < 0.005. Inovasi usaha dapat dilihat dari seberapa banyak sebuah usaha dapat mempekerjakan dan mempertahankan tenaga kerja yang berbakat dan energik untuk mendukung tujuan organisasi. Tenga kerja yang handal dan mahir akan dapat memberikan kontribusi bagi daya Inovasi suatu usaha. Untuk itu dibutuhkan dorongan dan motivasi

Tabel 2 Pengaruh Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Inovasi Usaha

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	3.041	2.054		1.656	.106
	MSDM	.382	.203	.359	1.879	.048

Sumber: Data primer, diolah (2015)

pemilik kios untuk selalu mengembangkan keterampilan karyawannya.

- Indiarti & Langenberg (2004) mengkategorisasikan Karakteristik UKM sebagai asal usul perusahaan, lamanya perusahaan tersebut telah beroperasi, ukuran perusahaan, dan sumber pendanaannya. Tabel 3 adalah hasil analisis regresi variabel karakteristik UKM terhadap daya Inovasi Usaha.

Tabel 3. Pengaruh Karakteristik UKM terhadap Inovasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	3.041	2.054		1.656	.106
	Karakteristik_UKM	-0.47	.212	-0.45	-0.223	8.25

Sumber: Data primer, diolah (2015)

Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel Karakteristik UKM berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar -0.223 < t_{tabel} sebesar 1,0711 dengan nilai signifikansi sebesar 8.25 > 0.005. Menurut penelitian yang pernah dilakukan oleh Staw (dalam Riyanti, 2003) *entrepreneurial age* (usia atau lamanya seseorang menjalankan usaha), ada kaitan dengan keberhasilan usaha. *Entrepreneurial age* memang mencerminkan adanya pengalaman usaha. Menurut Hisrich & Brush (dalam Riyanti, 2003), usaha yang berhasil saat ini biasanya bukan usaha yang pertama kali dilakukan. Kebutuhan akan pengalaman mengelola usaha semakin diperlukan dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan.

- Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu variabel karakteristik entrepreuner, karakter Manajemen Sumber Daya manusia dan Karakteristik UKM secara simultan mempunyai pengaruh terhadap daya Inovasi pedagang grosir dan ecaran pasar tradisional Genuk sebesar F_hitung 15,546 > F_tabel 3,3158 dengan nilai signifikansi .000 > .005. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah Karakteristik Entrepreuner / Kewirausahaan, hal ini terlihat dengan nilai signifikansinya berada dibawah 5 persen.

Tabel 4. Uji Signifikansi Pengaruh Karakteristik Entrepreuner, Karakteristik Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM Terhadap Inovasi Usaha.

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	203.793	3	67.931	15.546	.000(b)
	Residual	157.307	36	4.376		
	Total	361.100	39			

Sumber: Data primer, diolah (2015)

Tabel 5. Pengaruh Inovasi terhadap Perkembangan Usaha.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.730	1.463		1.183	.246
	Inovasi	1.026	.089	.903	11.538	.000

Sumber: Data primer, diolah (2015)

- Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel Inovasi berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha. Seorang wiraswasta yang unggul memiliki sifat-sifat kreatif, inovatif, originalitas, berani mengambil risiko, berorientasi ke depan dan mengutamakan prestasi, tahan uji, tekun, tidak gampang patah semangat, bersemangat tinggi, berdisiplin baja dan teguh dalam pendirian dalam mengelola usahanya. Demikian halnya dengan pedagang Pasar Genuk meskipun kemampuan inovasi yang dimunculkan adalah sederhana, seperti adanya jasa antar kirim belanjaan, kemudahan pembayaran serta selalu mengusahakan produk-produk terbaru ternyata inovasi tersebut dapat membantu mereka dalam mengelola perkembangan usahanya. Thompson (2005) mendefinisikan innovasi sebagai "pembangkit, penerimaan dan penerapan ide baru, proses, produk atau jasa" menunjukkan hasil analisis regresi variabel Inovasi terhadap Perkembangan

PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa karakteristik Entreupreuner / Kewirausahaan mempunyai pengaruh paling besar terhadap Inovasi. Serta Inovasi secara signifikan mempengaruhi perkembangan usaha para Pedagang Tradisional di Pasar Genuk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indiarti dan Langenberg (2004), bahwasanya Perkembangan Usaha dipengaruhi oleh variable karakter Entreupreuner / kewirausahaan, sebagai bagian membangun atau fondasi dari sebuah perkembangan usaha yang terdiri dari elemen-elemen: *selfefficacy* (percaya diri), *optimism* (optimis), *hope* (harapan), dan *resiliency* (penuh semangat).

Demikian halnya dengan para Pedagang Pasar Genuk. Meskipun diakui ada beberapa perbedaan kondisi dengan banyaknya bermunculan toko ritel modern akan tetapi sebagian besar Pedagang masih optimis terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. Bagi mereka perkembangan usaha harus diiringi dengan kerja keras dan rasa optimis, selain itu ada beberapa responden yang menyatakan bahwa meskipun usaha yang dijalankan kecil akan tetapi mereka puas karena dalam hidupnya tidak diperintah-perintah orang. Orang memutuskan untuk menjadi wirausaha bukan karena dia tidak mampu mendapatkan pekerjaan yang baik. Banyak wirausaha berpendidikan baik dan memiliki pekerjaan yang mapan sebelum memutuskan menjadi wirausaha. Seseorang mau menjadi wirausaha karena tidak takut untuk bekerja keras, tetapi justru menganggap kerja keras sebagai tantangan. Keputusan untuk memulai usaha sendiri juga

mensyaratkan adanya motivasi internal, seperti ingin beraktualisasi (Riyanti, 2003).

Ada enam sifat unggul (Riyanti, 2003) yang dapat dijadikan modal seorang entrepreuner dalam menjalankan dan mengelola usahanya, yaitu: *(a) Percaya diri*, terdiri dari: sifat yakin, mandiri, individualitas, optimisme, kepemimpinan, dan dinamis; *(b) Originalitas*, terdiri dari: sifat inovatif, kreatif, mampu mengatasi masalah baru, inisiatif, mampu mengerjakan banyak hal dengan baik, dan memiliki pengetahuan; *(c) Berorientasi manusia*, terdiri dari: sifat suka bergaul dengan orang lain, fleksibel, responsif terhadap saran/kritik; *(d) Berorientasi hasil kerja*, teridir dari: sifat ingin berprestasi, berorientasi keuntungan, teguh, tekun, determinasi, verja keras, penuh semangat, dan penuh energi; *(e).Berorientasi masa depan*, terdiri dari: sifat pandangan ke depan, ketajaman persepsi; *(f) Berani mengambil risiko*, terdiri dari: sifat mampu ambil risiko, suka tantangan.

Selain itu diperlukan juga modal psikologis yakni modal dasar kejiwaan dan personality yang mendukung Karakterikstik Entrepreuner untuk mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha. Karakteristik Entrepreuner, yang terdiri dari usia, pendidikan, latar belakang keluarga pedagang, dan pengalaman dalam menjalankan usaha memberikan pengaruh terhadap berkembang atau tidaknya usaha seseorang. Semakin baik pendidikan seseorang, semakin banyak pengalaman seseorang dalam menjalankan usaha, dan semakin mendukung lingkungan wirausaha dari seseorang akan berbanding lurus dengan keberhasilan usaha yang dijalani.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Staw (dalam Riyanti, 2003), usia bisa terkait dengan keberhasilan bila dihubungkan dengan lamanya seseorang menjadi wirausaha. Dengan asumsi bahwa usia kronologis seseorang terkait dengan *entrepreneurial age* (lamanya seseorang menjadi wirausaha). Ini berarti, dengan bertambahnya usia seorang wirausaha maka semakin banyak pengalaman di bidang usahanya. Dengan bertambahnya pengalaman ketika usia seseorang bertambah maka usia memang terkait dengan keberhasilan. Staw juga mengatakan bahwa adanya hubungan antara pengalaman dengan keberhasilan seseorang dalam menjalankan usaha. Dalam penelitiannya pada tahun 1991, ditemukan bahwa pengalaman dalam menjalankan usaha merupakan prediktor terbaik bagi keberhasilan, terutama bila bisnis baru itu berkaitan dengan pengalaman bisnis sebelumnya. Kebutuhan akan pengalaman mengelola usaha semakin diperlukan dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan. Menurut Staw (dalam Riyanti, 2003), ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibelitas yang ditularkan oleh orang tua seperti itu melekat dalam diri anakanaknya sejak kecil. Sifat mandiri inilah yang kemudian mendorong mereka untuk mendirikan usaha sendiri. Dengan kata lain, semakin banyak pengalaman seseorang, semakin matang pendidikannya, adanya dukungan dari lingkungan keluarga pebisnis, dan semakin matang umurnya maka akan semakin baik pula perkembangan usaha yang dijalaninya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa berkembang atau tidaknya sebuah usaha bisnis sangat dipengaruhi oleh modal diri dari pedagang itu sendiri. Ketatnya persaingan dengan ritel modern, kondisi demografis yang mendukung maupun tidak mendukung pribadi pedagang, dan kondisi fisik pasar yang dianggap

kurang mendukung usaha pedagang, akan mendorong pedagang untuk berfikir kreatif dan inovatif serta tanggap atas perubahan pasar yang terjadi. Permasalahan yang dihadapi oleh pedagang sembako di pasar tradisional Genuk akan mendorong jiwa kewirausahaan yang lebih baik dalam menghadapi segala kendala yang ada saat ini. Dengan kemampuan berwirausaha yang baik maka akan mendorong perkembangan usaha yang baik dan sesuai dengan perencanaan yang diharapkan oleh pedagang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah bahwa variabel karakteristik entrepreuner, karakteristik manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UKM mempunyai pengaruh terhadap Inovasi usaha di pasar tradisional Genuk baik secara parsial maupun secara simultan. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap perkembangan usaha pedagang pasar tradisional Genuk adalah variable Karakteristik Entreprener. Hal ini terlihat dari sikap optimis responden (pedagang) yang mempunyai pandangan ke depan serpreta mau bekerja keras dan berani mengambil risiko demi mengembangkan usaha yang telah dijalani.

Saran, berdasarkan temuan-temuan penelitian di atas maka beberapa saran yang dapat direkomendasikan adalah: (1) Perlunya pendekatan Psikologis sebagai variabel yang mempunyai pengaruh paling besar dalam perkembangan usaha pedagang Pasar Genuk. Oleh karenanya harus selalu dipupuk sikap optimis dalam menjalankan usaha. Sikap ini bisa dibentuk dengan membuat perkumpulan sesama pedagang sehingga setiap ada persoalan dapat segera teratasi; (2) Karakteristik Entrepreuner berupa motivasi untuk berusaha harus selalu dijaga dengan mengikuti berbagai pelatihan seperti pelatihan ritel dalam hal pengelolaan keuangan, pengaturan barang dagangan sehingga akan tumbuh inovasi dan kreativitas yang tidak pernah mati demi untuk perkembangan usaha, (3). Untuk penelitian selanjutnya bisa dilihat dari kebijakan Dinas Pasar terutama masalah yang berkaitan dengan revitalisasi pembangunan fisik pasar Genuk demi keberlangsungan hidup pedagang tradisional.

DAFTAR REFERENSI

A.C. Nielsen. 2007. ***Kajian Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket Terhadap ritel/Pasar tradisional***. http://www.acnielsen.de/documents/Hypermartket.PDF. Diunduh tanggal 8 April 2012 jam 19.37.

Bagus, Indro. 2009. ***Belanja Ritel Modern Tembus Rp 100 Triliun di 2010***, http://www.detikfinance.com/read/2010/09/09/130829/1438465/4 Kamis, 09/09/2010 13:08 WIB, diunduh tanggal 2 Februari 2011.

Bandura, A. 1997. ***Self-Efficacy: The Exercise of Control***. New York: W. H. Freeman.

Carver, C. S., & Scheier, M. 2003. **Optimism. In S. J. Lopez, & Snyder, C. R. (Ed.),** ***Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures***. Washington DC: American Psychological Association.

Devins, D., Gold, J., Johnson, S. and Holden, R. 2006. ***A Conceptual Model Of Management Learning In Micro Businesses: Implications For Research And Policy,*** 47 (8/9), pp. 540551.

Ekapribadi, Wildan. 2007. ***Pasar Modern: Ancaman bagi Pasar Tradisional***. http://bimandiri.wordpress.com/2007/11/08/pasar-modern-ancaman-bagi-pasar-tradisional. diunduh pada tanggal 8 April 2012 jam 19.30.

Havenga, Werner 2009 ***Managing Human Capital to ensure Small and Medium-sized Enterprise Competitiveness***. University of Johannesburg South Africa.

Hmieleski, Keith M. and Carr, Jon C. 2008. The Relationships Between Entrepreneur Psychological Capital And New Venture. ***Frontiers of Entrepreneurship Research***, Vol. 28: Iss. 4, Article 1.

Indiarti, Nurul. dan Maria Langenberg. 2004. Factors Affecting Business Success among SMEs: Empirical Evidences from Indonesia. ***Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability***, Volume III, Issue 2.

Istijanto. 2005. ***Metode Penelitian Sosial***. Jakarta: Karunika.

Jemabut, Inno. 2011. ***Berdayakan Pasar Tradisional***. http://www.sinarharapan.co.id/content/read/ 8 Juli 2011. diunduh tanggal 7 April 2012. 15:45.

Kolvereid, L. 1996. Prediction of Employment Status Choice Intentions. Entrepreneurship Theory and Practice. ***International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research***, *Fall*, 47-57.

Kristanto, Heru. 2009. ***Kewirausahaan Entrepreneurship: Pendekatan Manajemen dan Praktik***. Jakarta: Graha Ilmu.

Kusdarjito, Cungki. 2009. ***Menyoal Pasar Tradisional di Perkotaan***. http://www.bapeda.pemdadiy.go.id/detail.php/index/Menyoal-pasar-tradisional-di perkotaan. diunduh tanggal 6 April 2012 jam 14.30.

Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. 1999. Factors influencing small business start-ups. ***International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research***, *5*(2), 48-63.

Paesoro, Adri. 2007. ***Pasar Tradisional di Era Persaingan Global.*** http://www.Smeru.or.id. diunduh tanggal 7 April 2012 Jam 15:46.

Parasuraman, A. 1991. ***Teknik Penarikan Sample*** (terjemahan) Jilid III. Jakarta: UI-Press

Pfeffer, J. & G. Salancik. 1978. ***The External Control Of Organizations: A Resource Dependence Perspective.*** New York: Harper & Row.

Riyanti, Benedicta Prihatin. 2003. ***Kewirausahaan dari sudut pandang Psikologi Kepribadian.*** Jakarta: PT. Grasindo

Schemerhorn, J.R. 2001. ***Management Updated***. New York: John Wiley and Sons. Inc

Snyder, C. R., Sympson, S. C., & Ybasco, F. C. 1996. Development and validation of the State Hope Scale. ***Journal of Personality & Social Psychology***, 70(2): 321-335.

Sumarsono, Sony. 2010. ***Kewirausahaan***. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Thompson, V. A. 2005. Bureaucracy and Innovation. ***Administrative Science Quarterly***. 10, pp. 120.

Trisno, Iwan. 2011. ***Eksistensi Pasar Tradisional di tengah Pesona Pasar Modern.*** http://litbang.patikab.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=108:eksistensi-pasartradisional-

ditengah-pesona-pasar-moder.diunduh tanggal 7 April 2012 jam 12.00

Triton. 2006. SPSS 13.0 ***Terapan, Riset Statistik Parametrik***. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wiboonpongse, Aree dan Songsak Sriboonchitta. 2006. ***Mengamankan Partisipasi Produsen Kecil dalam Sistim Agro-Makanan Nasional dan Regional Yang Terestrukturisasi: Kasus Thailand. RegoverningMarkets[online]*** http://www.regoverningmarkets.org/read/29/10/201_0 diunduh tanggal 7 April 2012.

_____. 2010. ***Masterplan Pengembangan Pola Perpasaran Kota Semarang*** http://bappeda.semarang.go.id/uploaded/publikasi/Pola_Perpasaran.pdf. diunduh pada tanggal 6 April 2012 jam 22:34.