

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (STUDI KASUS PADA UKM DI WILAYAH SURABAYA)

Kristiningsih

Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
kristiningsih_uwks@yahoo.co.id

Adrianto Trimarjono

Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
adriantose@msn.com

ABSTRACT

The Government of Indonesia is currently working to develop small and medium enterprises (SMEs) in order to be used as a prime mover in accelerating the recovery of the economy Indonesia. Furthermore SMEs are also very beneficial to the entrepreneur himself where he can improve his prosperity. Therefore need to be excavated factors what factors can determine the SMEs. This research aims to know the factor that can determine the development of SMEs. The factor being measured include individual characteristics factors, SMEs characretistic factors and contextual variables, where the factors described in 39 variable. The population in this study was small and medium business owners in the area of Surabaya with characteristics that correspond to the category of SMEs. The technique of sampling purposive sampling technique was done. From 100 respondents planned, only 78 questionnaires to be tested further. This research used discriminant analisis in order to test the researh hypothesis. The results showed that 39 of the variables analyzed, it turns out there are only 13 variables that significantly influence the development of SMEs in Surabaya. The variable is the Willingness of hard work (hardworker), confidence, Willingness to learn, ambition to go forward, the intelligent to communicate, the proximity of the location with the industry, the ease of obtaining new markets, information on competitors, business opportunities, product development information, ease of access to capital, support the Government's policy, and the ability to manage financial.

Keywords: Individual Characteristics, Characteristics of The SMEs, SMEs Development, Contextual Variables.

PENDAHULUAN

Perekonomian suatu negara sangat ditunjang oleh berkembangnya usaha kecil dan menengah (UKM) yang produktif yang mampu menggerakkan roda perekonomian. Munculnya usaha-usaha kecil Menengah akan mampu menyerap tenaga kerja. Kemampuan penyerapan tenaga kerja yang besar ini akan dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Selain itu UKM juga mempunyai potensi yang masih dapat dikembangkan, baik dalam produktivitas maupun daya saing. UKM juga dapat berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk, dan jasa baru, pendukung pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan perubahan dan kompetisi pada pasar (Lupiyoadi, 2004). Keberadaan UKM tersebut dapat digunakan sebagai penggerak utama dalam mempercepat pemulihan perekonomian Indonesia. Selain itu UKM juga sangat bermanfaat bagi si usahawan sendiri dimana ia dapat meningkatkan kemakmuran hidupnya.

Dalam prosesnya, ada beberapa UKM yang dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak beroperasi. Berdasarkan penelitian sebelumnya (Langenberg, 2004) di Jogjakarta dikemukakan bahwa kesuksesan UKM dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian tersebut menemukan bahwa pemasaran, teknologi serta modal mempengaruhi kesuksesan bisnis secara positif, dan legalitas mempengaruhi kesuksesan bisnis secara negatif. Penemuan lain yang menarik adalah usahawan yang berpendidikan tinggi (lulusan unuversitas) kurang sukses dibandingkan usahawan yang hanya berijasah SD, SMP, dan SMA.

Dari latar belakang di atas maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan Usaha Kecil Menengah di wilayah Surabaya. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor karakteristik pengusaha, karakteristik Usaha kecil Menengah dan atribut kontekstual berpengaruh signifikan terhadap perkembangan Usaha kecil Menengah di wilayah Surabaya.

KAJIAN TEORI, KAJIAN EMPIRIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Definisi Usaha Kecil Menengah

Biro Pusat Statistik Indonesia dalam Suryana (2003) mendefinisikan usaha kecil dengan ukuran tenaga kerja, yaitu 5 sampai 19 orang yang terdiri (termasuk) pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik, dan pekerja keluarga. Sedangkan usaha menengah adalah mempunyai ukuran pekerja antara 20-100 orang.

Hal di atas sesuai dengan pendapat Longenecker, Moore, dan Petty (2001) yang mendefinisikan UKM sebagai bisnis dengan kriteria sebagai berikut:

1. Bisnis tersebut disediakan oleh satu orang atau sekelompok kecil orang. Hanya dalam situasi tertentu saja, sebuah bisnis memiliki 15 orang pemilik.
2. Kecuali fungsi pemasarannya, operasi bisnis tersebut dilakukan di satu tempat.

3. Bila dibandingkan dengan perusahaan terbesar di industri tersebut, perusahaan ini termasuk kecil.
4. Jumlah karyawan pada perusahaan tersebut kurang dari 100 orang.

Jenis-jenis Usaha Kecil dan Menengah

Adapun jenis-jenis usaha kecil dan menengah yang mungkin untuk dimasuki di Indonesia (Lupiyoadi, 2004) antara lain:

1. Bisnis jasa

Bisnis jasa dewasa ini merupakan yang terbesar dan cepat pertumbuhannya dalam dunia bisnis kecil. Jasa juga membawa keuntungan yang sangat besar bagi usaha kecil yang mampu berinovasi tinggi. Misalnya: persewaan mobil, konsultan manajemen, jasa layanan internet, dan lain-lain.

2. Bisnis Eceran

Bisnis eceran adalah bentuk bisnis kecil yang ditekuni oleh wirausaha kecil dan menengah. Bisnis eceran adalah satu-satunya usaha yang menjual produk manufaktur yang langsung kepada toko konsumen.

3. Bisnis Distribusi

Sama seperti bisnis jasa dan eceran, wirausaha kecil dan menengah sudah mulai mendominasi seluruh penjualan dalam jumlah besar. Bisnis ini adalah satu-satunya bisnis yang membeli barang dari pabrik atau produsen dan menjual kepada pedagang eceran.

4. Pertanian

Pertanian barangkali adalah bentuk usaha kecil yang tertua. Pada awalnya hasil pertanian digunakan untuk memenuhi kebutuhan sendiri dan keluarga, namun lama kelamaan menjadi usaha yang cukup besar karena adanya ketergantungan satu sama lain. Contoh dari hal ini adalah sebagian petani membutuhkan tanah dan sebagian lagi membutuhkan alat-alat dan sebagian lagi ada yang membutuhkan pekerja.

5. Bisnis Manufaktur

Bisnis manufaktur merupakan suatu bisnis kecil yang memerlukan modal untuk investasi yang cukup besar dibanding empat jenis usaha lainnya karena memerlukan tenaga kerja, teknologi, dan bahan mentah untuk mengoperasikannya. Contohnya: Kerajinan tangan, percetakan, dan lain-lain.

Pengukuran Keberhasilan

Setiap jenis usaha tentu saja berkeinginan untuk mencapai suatu titik yang disebut keberhasilan. Keberhasilan suatu usaha dapat diukur melalui pengukuran kinerja. Adapun kinerja yang dimaksudkan adalah tingkat pencapaian hasil atau tingkat pencapaian tujuan organisasi (Sumarni dan Soeprihanto, 1998).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan

Keberhasilan atau kegagalan dalam berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Storey dalam Indiarti dan Langenberg (2004) hal itu dapat dilihat dari karakteristik pengusaha, karakteristik dari Usaha Kecil Menengah, serta variabel kontekstual. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dipakai teori dari Storey yang dimodifikasi dengan pendapat dari beberapa ahli lainnya.

Karakteristik pengusaha meliputi: Umur, Jenis kelamin, Pengalaman kerja, Pendidikan, Sikap dan mental pengusaha. Karakteristik dari UKM adalah hal-hal yang ada di dalam perusahaan dan berkaitan dengan jati diri atau profil dari perusahaan itu sendiri. Adapun karakteristik dari UKM dapat dari beberapa hal, antara lain: Asal perusahaan, Lama waktu beroperasi, Ukuran Usaha, Sumber modal dan Lokasi.

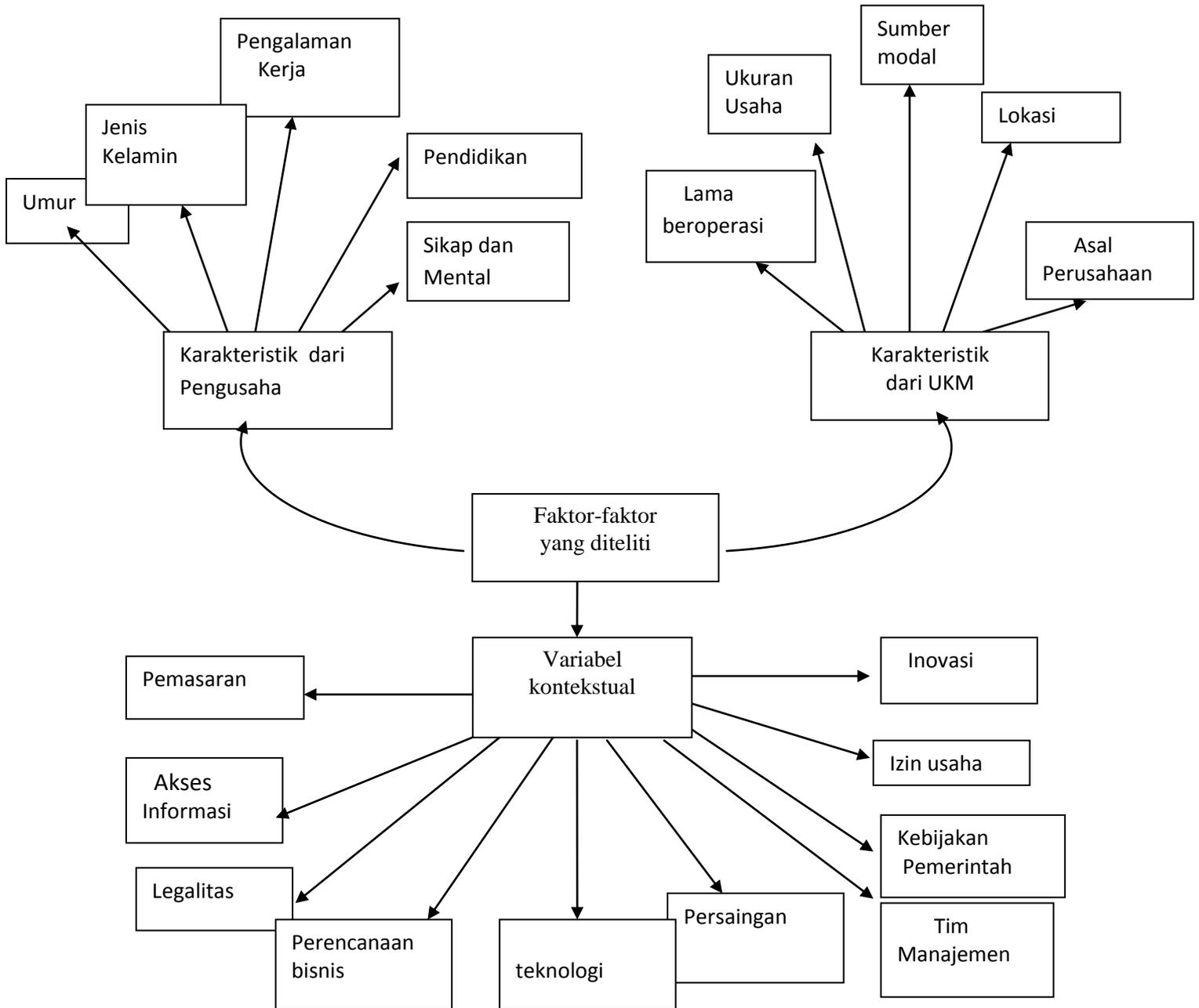
Variabel kontekstual adalah hal-hal yang berada di sekitar usaha dimana dapat mempengaruhi perusahaan dan juga hal-hal atau aktivitas yang terkait dengan perusahaan atau dilakukan oleh perusahaan sebagai berikut: Pemasaran, Teknologi, Akses informasi, Legalitas, Akses modal, Dukungan pemerintah, Rencana bisnis, Tim manajemen, Persaingan dan Inovasi.

Kajian Empiris

Penelitian yang digunakan sebagai acuan oleh penulis adalah penelitian yang dilakukan oleh Ivana (2007). Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal variabel yang diteliti. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ivana adalah tujuan dan teknik analisis yang digunakan. Kalau pada penelitian sebelumnya tujuan penelitian adalah untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti sehingga digunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan teknik analisis diskriminan karena lebih sesuai untuk menjawab permasalahan penelitian.

Pengembangan Hipotesis

Faktor-faktor karakteristik pengusaha, karakteristik Usaha Kecil menengah dan atribut kontekstual berpengaruh signifikan terhadap perkembangan Usaha Kecil menengah di wilayah Surabaya.



Gambar 1. Model Analisis

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti.

Populasi dan Teknik Sampling

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh UKM di Surabaya, Adapun teknik pengambilan sampel untuk UKM tersebut dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode penarikan sampel dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa unit atau unsur penarikan sampel itu akan dapat membantu menjawab pertanyaan riset yang sedang dikerjakan.

Kriteria sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Memiliki hasil penjualan maksimal Rp1.000.000.000 (Satu Miliar Rupiah) dalam setahun.
2. Milik Warga Negara Indonesia.
3. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
4. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
5. Jumlah karyawan kurang dari 100 orang.

Untuk penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 UKM di wilayah Surabaya.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Studi Kepustakaan
Bersumber dari literatur-literatur lain yang bersangkutan dengan penelitian.
2. Lapangan
Dilakukan dengan cara menyebar kuesioner dan wawancara langsung dengan pemilik atau pengelola UKM terpilih.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen meliputi:
 - a. Umur: umur pemilik UKM diukur dengan skala rasio.

- b. Jenis kelamin: jenis kelamin pemilik UKM diukur dengan skala nominal.
- c. Pengalaman Kerja: kesesuaian bidang usaha dengan pekerjaan masa lalu diukur dengan skala likert.
- d. Pendidikan, latar belakang pendidikan ekonomi. Kewirausahaan atau tidak diukur dengan skala nominal.
- e. Sikap dan Mental Pengusaha: menunjukkan bagaimana sikap dan mental dari pemilik UKM diukur dengan skala likert.
- f. Asal Perusahaan: menunjukkan darimana perusahaan berasal diukur dengan skala ordinal.
- g. Lama Waktu Operasi: menunjukkan lama waktu UKM beroperasi diukur dengan skala ordinal.
- h. Ukuran Usaha: menunjukkan seberapa besar luas usaha (jumlah karyawan yang dimiliki) diukur dengan skala ordinal.
- i. Sumber modal: darimana sumber modal didapat diukur dengan skala ordinal.
- j. Lokasi: menunjukkan alasan pemilihan lokasi diukur dengan skala ordinal.
- k. Pemasaran: menunjukkan perencanaan strategi pemasaran oleh UKM diukur dengan skala ordinal.
- l. Teknologi: menunjukkan seberapa baik akses teknologi diterapkan dalam UKM diukur dengan skala ordinal.
- m. Akses Informasi: menunjukkan seberapa mudah akses informasi diperoleh UKM diukur dengan skala ordinal.
- n. Legalitas: menunjukkan kemudahan UKM memperoleh status hukum diukur dengan skala ordinal.
- o. Akses Modal: menunjukkan kemudahan UKM memperoleh akses modal baik dari pemerintah, maupun swasta, diukur dengan skala ordinal.
- p. Dukungan Pemerintah: menunjukkan besarnya dukungan pemerintah untuk perkembangan UKM diukur dengan skala ordinal.
- q. Rencana Bisnis: menunjukkan kemampuan UKM memuat rencana bisnis ke depan diukur dengan skala ordinal.
- r. Tim Manajemen: menunjukkan kemampuan UKM mengelola usaha dengan Tim yang terpadu diukur dengan skala ordinal.

- s. Persaingan: menunjukkan kemampuan UKM mengantisipasi persaingan bisnis diukur dengan skala ordinal.
 - t. Inovasi: menunjukkan kemampuan UKM untuk melakukan inovasi pada usaha bisnisnya diukur dengan skala ordinal.
2. Variabel dependen meliputi:
- Perkembangan usaha kecil menengah, yang diukur dengan menilai perkembangan usaha selama kurun waktu lima tahun terakhir berdasarkan kategori:
- a. Menurun
 - b. Tetap (stagnan)
 - c. Meningkatkan

Metode Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan analisis diskriminan. Analisis diskriminan adalah salah satu teknik statistik yang bisa digunakan pada hubungan dependensi (hubungan antarvariabel dimana sudah bisa dibedakan mana variabel respon dan mana variabel penjelas). Lebih spesifik lagi, analisis diskriminan digunakan pada kasus dimana variabel respon berupa data kualitatif dan variabel penjelas berupa data kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini disebar 100 kuesioner kepada pemilik usaha kecil menengah di wilayah Surabaya. Dari 100 kuesioner yang disebar, tetapi yang bisa diolah lebih lanjut hanya 78 responden, sedangkan sisanya tidak lengkap atau tidak memenuhi persyaratan karakteristik responden.

Uji hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis diskriminan yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen dengan skala metrik dan variabel dependen dengan skala non metrik (nominal/*binary*).

Hasil analisis diskriminan secara detail dijelaskan sebagai berikut:

1. Angka wilk's lambda berkisar antara 0 sampai 1. Jika angka mendekati nol maka data tiap group dinyatakan cenderung berbeda, jika angka mendekati 1 maka dikatakan data tiap group cenderung sama.

Tabel 1. Hasil Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
UMUR	,991	,348	2	75	,707
GENDER	,943	2,246	2	75	,113
PENGALAM	,956	1,731	2	75	,184
PENDIDIK	,941	2,344	2	75	,103
HARWORKE	,904	3,994	2	75	,022
KERJASAM	,964	1,401	2	75	,253
JUJUR	,964	1,401	2	75	,253
PERCDIRI	,818	8,335	2	75	,001
DECISION	,936	2,570	2	75	,083
BELAJAR	,921	3,214	2	75	,046
AMBISI	,913	3,579	2	75	,033
KOMUNIKA	,682	17,483	2	75	,000
ASAL	,986	,525	2	75	,594
LAMA	,968	1,260	2	75	,290
JMLKARY	,961	1,537	2	75	,222
MODAL	,956	1,731	2	75	,184
LOKASI	,809	8,840	2	75	,000
ALSNLOKA	,957	1,692	2	75	,191
MARKETI1	,950	1,977	2	75	,146
MARKETI2	,894	4,424	2	75	,015
INF1	,872	5,493	2	75	,006
INF2	,908	3,796	2	75	,027
INF3	,857	6,250	2	75	,003
IZIN1	,986	,551	2	75	,579
IZIN2	,926	2,979	2	75	,057
IZIN3	,995	,197	2	75	,821
AKSESMDL	,913	3,580	2	75	,033
KEBIJAKA	,800	9,391	2	75	,000
PLANNING	,995	,182	2	75	,834
COMPET1	,966	1,314	2	75	,275
CPMPET2	,934	2,662	2	75	,076
MANAJ1	,891	4,572	2	75	,013
MANAJ2	,925	3,030	2	75	,054
MANAJ3	,983	,641	2	75	,530
MANAJ4	,993	,255	2	75	,775
TEKNO1	,963	1,452	2	75	,241
TEKNO2	,992	,307	2	75	,737
INOVASI1	,967	1,287	2	75	,282
INOVASI2	,975	,973	2	75	,383

Penelitian ini menunjukkan angka wilk's lambda mendekati 1 maka dapat dikatakan data untuk tiga grup (perkembangan menurun, stagnan, dan meningkat) sama.

2. Berdasarkan hasil uji dengan analisis diskriminan pada di atas *test of equality group means* menunjukkan hasil bahwa untuk variabel umur, *gender*, pengalaman, pendidikan, kerjasama, kejujuran, keputusan, asal, lama operasi, jumlah pegawai, sumber modal, alasan lokasi, marketing1, izin1, izin2, izin 3, kebijakan pemerintah, planning1, planning2, planning3, manajemen2, manajemen3, manajemen4, persaingan1, persaingan2, teknologi1, dan teknologi2 memiliki nilai signifikansi *F test* lebih dari 0.05. dengan demikian H_0 diterima artinya pada ketiga group perkembangan usaha menurun, stagnan, dan meningkat variabel-variabel tersebut tidak berbeda (sama). Dengan kata lain, variabel tersebut tidak mempengaruhi perkembangan usaha pada UKM di wilayah Surabaya.

Hasil perhitungan pada *test of group means* menunjukkan bahwa nilai signifikansi *F test* untuk variabel *hardworker*, *percayadiri*, belajar, ambisi, komunikasi, lokasi, marketing2, informasi 1, informasi2, informasi 3, akses modal, dan manajemen 1 bernilai kurang dari 0.05 sehingga H_0 ditolak dan menerima H_a yang berarti ada perbedaan pada ketiga grup untuk variabel ini. Dengan kata lain variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UKM di wilayah Surabaya.

3. Test *wilk's lambda* menunjukkan angka *chi square* (721.459 dan 316.218) yang tinggi dan signifikan 0.00 ($< 0,05$) .

Tabel 2. Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1 through 2	,000	721,459	44	,000
2	,007	316,218	21	,000

Berdasarkan temuan pada penelitian ini, variabel umur wirausahawan ternyata bukan merupakan variabel yang menentukan keberhasilan seorang wirausahawan. Walaupun hasil penelitian sebelumnya (Simerer dan Carborough, 2005) menyatakan bahwa keberhasilan wirausahawan ada pada kisaran umur 24–44 tahun, demikian hasil analisis diskriminan menyatakan bahwa umur bukan merupakan faktor penentu keberhasilan wirausahawan.

Jenis kelamin juga bukan merupakan faktor penentu berkembangnya sebuah Usaha Kecil Menengah. Walaupun dalam kenyataannya dunia usaha didominasi oleh laki-laki,

tetapi hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa usia bukan merupakan faktor penentu perkembangan UKM.

Pengalaman kerja sebelumnya dari responden dalam penelitian ini ternyata beragam, namun pengalaman tersebut ada yang berhubungan namun ada yang tidak berhubungan dengan bidang usahanya yang sekarang. Sehingga faktor pengalaman kerja ini juga bukan merupakan faktor penentu keberhasilan wirausaha.

Latar belakang pendidikan yang dimiliki responden ada yang berasal dari pendidikan ekonomi (kewirausahaan), namun sebagian tidak berasal dari pendidikan ekonomi, sehingga latar belakang pendidikan ini juga bukan merupakan faktor penentu perkembangan UKM.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa teori yang dikemukakan oleh Storey dalam Indiarti (2004) yang menyatakan bahwa faktor karakteristik pengusaha (yang meliputi umur, pengalaman kerja, jenis kelamin, dan pendidikan) mempengaruhi keberhasilan berwirausaha tidak sesuai.

Keinginan untuk bekerja keras sangat menentukan keberhasilan wirausaha, Semakin keinginan bekerja keras meningkat maka potensi perkembangan wirausaha pun juga akan meningkat.

Dalam penelitian ini kerjasama bukan merupakan faktor penentu perkembangan UKM. Bahwa ada kalanya individu yang biasa bekerja sendiri tanpa *team work* pun bisa berhasil dalam usahanya seperti penjahit, pelukis, dan lain-lain.

Kejujuran walaupun merupakan hal yang penting dalam menjalankan wirausaha dalam penelitian ini tidak termasuk dalam faktor yang menentukan keberhasilan UKM.

Individu yang memiliki keyakinan dan rasa percaya diri yang kuat akan menentukan keberhasilan pribadi tersebut dalam berwirausaha. Karena itu dalam penelitian ini merupakan faktor yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha.

Sikap individu yang pandai membuat keputusan seharusnya penting dalam berwirausaha tetapi hal ini bukan merupakan faktor penentu keberhasilan wirausahawan. Karena kebiasaan yang sudah mengakar kuat, keputusan bisnis dibuat sebagaimana adanya berdasarkan pengalaman yang sudah ada.

Namun sikap individu yang mau belajar dan menambah pengetahuan akan menentukan keberhasilan UKM, karena individu yang mau belajar akan mendapatkan pengalaman baru yang pada akhirnya membawa keberhasilan berwirausaha.

Ambisi yang kuat akan membawa situasi menjadi termotivasi untuk arah perbaikan dan keinginan maju yang tinggi. Oleh karena itu semakin kuat ambisi seseorang untuk maju akan semakin besar kemungkinan keberhasilan UKM tersebut.

Kemampuan berkomunikasi merupakan faktor penentu yang paling erat kaitannya dengan perkembangan UKM di Surabaya. Semakin baik kemampuan komunikasi wirausahawan, semakin luas pula bisa menjalin hubungan dengan pihak di luar organisasi seperti pelanggan, pemasok, maupun investor yang sangat penting bagi perkembangan UKM mereka.

Faktor lain yang berkaitan dengan karakteristik UKM seperti asal berdirinya perusahaan apakah dari perusahaan keluarga, atau ide murni pemilik ternyata tidak berpengaruh terhadap perkembangan UKM. Lama operasi perusahaan, jumlah pegawai, sumber modal juga tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UKM.

Namun penentuan lokasi usaha yang mana lokasi tersebut ada pada daerah industri dan bukan pada daerah industri. Ketepatan pemilihan lokasi akan menentukan keberhasilan UKM.

Kemudahan untuk mendapatkan pasar yang sekarang bukan merupakan faktor penentu keberhasilan, namun kemudahan mendapatkan pasar baru bagi produk akan sangat menentukan perkembangan UKM.

Akses informasi ternyata sangat menentukan perkembangan UKM baik itu informasi yang berhubungan dengan pesaing, informasi yang berhubungan dengan peluang usaha, maupun informasi yang berhubungan dengan pengembangan produk.

Izin usaha yang meliputi kemudahan perolehan izin, perolehan hak paten ternyata tidak menentukan perkembangan UKM di Surabaya, karena ada beberapa usaha UKM yang belum memiliki izin pun dapat berkembang.

Namun akses kemudahan perolehan modal mempengaruhi perkembangan UKM. Semakin mudah akses memperoleh modal baik itu dari pinjaman, investor, maupun bantuan pemerintah akan semakin memudahkan peluang perkembangan UKM, Kebijakan pemerintah yang meliputi kebijakan moneter maupun aturan wilayah industri menentukan perkembangan UKM.

Adanya perencanaan bisnis yang terinci dan tertulis tidak menentukan keberhasilan UKM. Kondisi persaingan dianggap hal yang sangat wajar, sehingga tidak menentukan perkembangan UKM.

Dari sisi pengelolaan manajemen, hanya pengelolaan keuangan yang baik lah yang berdampak pada perkembangan UKM, sedangkan aspek Sumber daya manusia, produksi dan pemasaran tidak berdampak pada perkembangan UKM.

Terakhir faktor pemanfaatan teknologi dan inovasi produk juga tidak menentukan perkembangan UKM di wilayah Surabaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan dengan menggunakan analisis diskriminan, menemukan bahwa dari 39 variabel/sub variabel karakteristik individu, karakteristik UKM dan variabel kontekstual yang diajukan dalam penelitian ini ternyata ada 13 variabel yang secara signifikan mempengaruhi perkembangan Usaha Kecil Menengah di wilayah Surabaya yaitu: Kemauan kerja keras (*harworker*), Kepercayaan diri, Kemauan Belajar, Ambisi untuk maju, Kepandaian berkomunikasi, Kedekatan lokasi dengan industri, Kemudahan memperoleh pasar baru, Informasi tentang pesaing, Informasi peluang usaha, Informasi pengembangan produk, Kemudahan akses modal, Dukungan kebijakan pemerintah, dan Pengelolaan manajemen keuangan.
2. Dari ketiga belas variabel tersebut kemampuan berkomunikasi merupakan variabel yang paling erat dengan fungsi diskriminannya. Artinya variabel ini merupakan variabel yang paling mempengaruhi perkembangan Usaha Kecil Menengah di wilayah Surabaya. Sedangkan variabel selain disebutkan di atas tidak menentukan keberhasilan UKM di wilayah Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 1999. *Kewirausahaan*. ALVABETA. Bandung.
- BPS. 2003. *Indikator Makro Ekonomi Usaha Kecil dan Menengah*. Berita Resmi Statistik.
- Bygrave, D. W. 1995. *The Portable MBA Entrepreneurship*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Drucker, P..F 1985. *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Erlangga. Jakarta.
- Dwiriyanti, B. P. 2003. *Kewirausahaan dalam Pendekatan Kepribadian*. Grasindo. Jakarta.

- Hardjoseputro. 1987. *Berjaya Karena Wiraswasta*. Galaxy Puspa Mega. Jakarta.
- Hendro. 2005. *How To Become A Smart Entrepreneur and To Start A New Business*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Indriarti, L. 2004. *The Second Bi-Annual Europe Summer University*. University of Twente Enschede. The Netherland.
- Iqbal, M., K. M. Simanjuntak, dan Marsillam. 2004. PT. Eleks Media Komputindo. Jakarta.
- Longenecker, G. J., C. W. Moore, J. W. Petty. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2004. *Kewirausahaan*. 2004, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Musrofi. 2003. *Kunci Sukses Berwirausaha*. PT. Eleks Media Komputindo. Jakarta.
- Rad, M. L., dan P. A. Richard. 2005. *Designing and Conducting Survey Research*. John Wiley and Sons, Inc, Amerika.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sigmun, G. W. 2003. *Exploring Marketing Research*. Thomson South West. Ohio.
- Smallbone, D., R. Leigh, dan D. North, 1995, *Journal Of Entepreneurship Behavior and Research*. Middesex University. UK.