

4. PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Industri

Industri kecil makanan dan minuman pada saat sekarang ini terus bermunculan dengan inovas-inovasi yang berbeda-beda, dengan permodalan, tenaga kerja, keahlian yang mencukupi dapat menjalankan sebuah usaha kecil yang mandiri. Para pengusaha terus mencoba untuk melihat peluang dari sektor ini untuk kedepannya. Dari data yang kita lihat bahwa para wisatawan yang berkunjung ke Negara kita kurang lebih 19.33% pengeluarannya untuk makanan dan minuman, dari situ kita tau bahwa sangat menjanjikan sekali dari industri kecil makanan dan minuman, ternyata masih banyak masalah dan kendala yang dihadapi para pengusaha kecil. Seperti yang terjadi pada saat beberapa tahun terakhir di Indonesia yang mengalami krisis, juga menyebabkan banyaknya industri kecil yang sulit untuk bertahan di bawah terpaan badai krisis. Walaupun di terpa badai krisis usaha kecil lah yang paling mampu bertahan di bandingkan usaha besar dan lainnya.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan tingkat konsumsi makanan di Indonesia tahun 2005 sampai tahun 2009 :

Tabel 4.1. Tingkat Konsumsi Makanan di Indonesia

	2005	2006	2007	2008	2009
Konsumsi makanan (IDRbn)	394,569.3	434,025.9	477,428.5	541,434.2	590,404.1

Sumber : Business Monitor Internasional, Indonesia food & drink Report 009.pdf

Berdasarkan tabel di atas tingkat konsumsi makan pada tahun 2006 naik sebesar 10%, pada tahun 2007 juga mengalami peningkatan sebesar 10%, pada tahun 2008 naik menjadi 13,5%, pada tahun 2009 kuartal pertama sudah mencapai kenaikan sebesar 9,2%. Kemungkinan pada akhir tahun 2009 kenaikannya akan melebihi dari tahun sebelumnya.. Hal yang serupa juga terjadi pada

penjualan minuman contohnya kopi dan teh. Berikut tabel nilai penjualan kopi dan teh :

Tabel 4.2. Nilai Penjualan Kopi dan Teh

	2005	2006	2007	2008	2009
Kopi (US\$mn)	124.6	129.2	134.0	139.0	144.2
Teh (US\$mn)	57.0	59.1	61.2	63.4	65.7

Sumber : Business Monitor Internasional, Indonesia food & drink Report 009.pdf

Dari data di atas pada tahun 2005 nilai penjualan minuman kopi mencapai 124,6 dan meningkat pada tahun berikutnya sebesar 4,6 juta US\$. Pada tahun 2008, peningkatannya menjadi semakin terlihat dengan nilai sebesar 139, dan tahun 2009 sebesar 144,2. Begitu juga dengan teh yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dengan kedua contoh di atas dapat dilihat bahwa usaha minuman juga menjanjikan sebagai peluang usaha.

Bersamaan dengan pertumbuhan ekonomi yang cepat, pergerakan berbagai industri seperti makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan utama bagi konsumsi masyarakat akan terus berkembang diikuti dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dinamis. Berikut beberapa pengusaha kecil makanan dan minuman di Jawa Timur yang dapat bertahan dan terus berkembang dalam mencari peluang usaha seperti UD.Brownice Bakery, Alinda Cake, Roti & Kue X, Mimo, UD.Ratna Cake & Bakery, Kura-Kura, Kecap Naga Mas, Yen Hwa Pao, Wangsa Jaya Food, Mel Bakery, Jamu Tradisional Ny.Donk, Jaya Raya food, PT.Sanrio Bakery, UD.Heaven Bread & Resto, UD.Ny Senter, PT.Sido Jodo, Porong mandiri, Roti in, Larichi, dan Alster Progo.

4.2. Gambaran Umum Perusahaan

4.2.1. Perusahaan UD Brownice Bakery

Perusahaan UD.Brownice Bakery didirikan dan di pimpin langsung oleh ibu Mira J.Handojo, beliau adalah salah satu alumnus dari Universitas Kristen Petra program Desain Komunikasi Visual tahun 2003. Brownice bakery

merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan yang sudah berdiri sejak Juli 2005 yang berpusat di kota Surabaya. Pendirian sebuah usaha roti dan cake ini atas pemikiran dari ibu Mira sendiri, dengan berlatar belakang ilmu yang kurang sesuai, maka beliau dengan rajin mengikuti kursus bakery dan pastry. Setelah itu barulah di buka usaha Brownice Bakery ini. Pada awal pembukaannya ibu Mira dibantu oleh suami dalam pemilihan alat-alat dan perlengkapan, setelah berjalan beberapa tahun semua langsung di awasi oleh ibu Mira sendiri baik dari proses produksi, keuangan, dan lainnya. Karena merasa dapat dilakukan dengan kemampuan sendiri walaupun tidak ada latar belakang ekonomi, ibu Mira tidak menggunakan manager dari awal pembukaan bakery ini.

Brownice bakery berlokasi di jl.ngagel jaya 21b, yang merupakan tempat penjualan dan tempat memproduksi aneka roti dan brownice. Brownice yang di produksi di sini yaitu brownice kukus, jadi pemilik memfokus kan pada brownice kukus dan aneka roti lainnya. Selain memproduksi secara masal Brownice Bakery juga melayani pesanan, baik itu untuk sebuah acara ataupun untuk individu. Dengan seiring nya waktu berjalan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan persaingan pemilik melakukan pembukaan cabang yang berada di pasar atom mall It 2 CA-46, yang mana di cabang ini hanya menjual saja tidak melakukan produksi, jadi roti akan di kirim dari cabang yang berada di Ngagel Jaya.

4.2.2. Perusahaan Alinda Cake

Alinda Cake didirikan pada tahun 2004 yang langsung di awasi oleh ibu Khalis Anlia. Beliau merupakan alumnus Widya Mandala Surabaya angkatan 1985 program Manajemen. Alinda Cake yang didirikan pada tahun 2004 oleh ibu Khanis Anlia melalui sebuah hobby, yaitu sebuah usaha yang memproduksi cake, nama produk utama yang di produksi oleh Alinda Cake yaitu kopyang ayam dan kopyang salad tuna, yang langsung di awasi oleh ibu Khanis Anlia. Biasanya cake kopyang yang di jual pada umumnya tanpa isi atau rasa, maka terpikirkan nya oleh ibu Khanis Anlia untuk melakukan inovasi dengan salad tuna dan ayam. Usaha ini di produksi atau dilakukan di rumah, penjualan dilakukan berdasarkan pesanan konsumen, yang rata-rata pesanan berkisar antara 250-500 biji. Alinda cake bertempat di Sutorejo Timur- 53.

4.2.3. Perusahaan Roti & Kue X

Roti & Kue X yang pertama berlokasi dikelola oleh ibu Meliana pada tahun 1989 yang kemudian pada tahun 2000 dibukanya Roti & Kue X yang berlokasi di Dharma Husada no 121 oleh ibu Kartika yang merupakan anak dari ibu Meliana sejak itu pengelolaan Roti & Kue X di teruskan oleh ibu Kartika sebagai generasi kedua, beliau merupakan alumnus Universitas Surabaya angkatan 1999. Dengan kepemilikan ibu Kartika sendiri, jadi ada 2 kepemilikan tapi dengan brand yang sama. Dengan permintaan yang cukup banyak serta untuk memperluas pangsa pasar maka di bukanya cabang yang berlokasi kan di Nginden 85. kurang lebih Roti & Kue X memiliki 20 karyawan dan rata-rata perharinya memproduksi 200 unit. Tempat memproduksi roti dan kue di lakukan pada toko yang berlokasi kan di Dharma Husada no 121 sedangkan untuk yang di cabang nginden akan dikirim dari Dharma Husada setiap harinya.

4.2.4. Mimo

Mimo Cake yang berlokasi kan di ngigel jaya selatan IV/14A yang didirikan oleh ibu Injantni pada tahun 1985, yang mana pada saat sekarang sudah di kelola oleh anak dari ibu Injantni yang bernama ibu Indah sari wulan atau dapat dikatakan sudah berpindah ke generasi kedua yang alumnus perguruan tinggi Widya Mandala program akuntansi angkatan 1985 atau sebagai generasi kedua dalam pengelolaan Mimo ini, Mimo melayani pemesanan kue tart untuk pernikahan, kue ulang tahun untuk anak-anak, snack-snack kering serta mini snack, adapun produk minisnack nya seperti kuping gajah, snack keju, sus kering. Mimo cake di kelola oleh ibu Sari Wulan kurang lebih 19 tahun, yang mana semua di urus atau di kelola sendiri oleh beliau dan di awasi langsung serta terlibat proses produksi, bahan-bahan pun langsung di cari sendiri oleh beliau. Proses produksi di lakukan di rumah beliau sendiri yang kemudian pesanan-pesanan tersebut di antarkan ke alamat pemilik. Dengan sudah lama nya berkiprah dalam industri ini, usaha ibu indah cukup ramai dan banyak dikenal oleh masyarakat.

4.2.5. Perusahaan UD Ratna Cake & Bakery

Ratna Cake & Bakery yang didirikan pada tahun 1976 oleh Ibu Ratna yang kemudian pada tahun 1998 di teruskan oleh Bpk Devy CH sebagai generasi kedua yang alumnus perguruan tinggi STIKI program informatika tahun 2000. Ratna Cake & Bakery merupakan sebuah usaha yang memproduksi cake dan bakery, nama produk utama yang di produksi oleh Ratna Cake & Bakery yaitu cake, kue tart, spiku, dan roti keju dan coklat yang langsung di awasi oleh ibu Ratna. Usaha ini di produksi atau dilakukan di rumah, penjualan dilakukan berdasarkan pesanan konsumen. Ratna Cake & Bakery bertempat di Yos Sudarso no 1 Malang yang memiliki 20 karyawan dan rata-rata perharinya memproduksi 300 unit. Dalam beberapa tahun Ratna Cake & Bakery berkembang dengan cepat sehingga dalam waktu 2 tahun sudah balik modal.

4.2.6. Perusahaan Kura-Kura

Perusahaan Kura-Kura didirikan dan di pimpin langsung oleh Bpk Tyo, beliau adalah salah satu alumnus dari Universitas Kristen Petra program Desain Interior tahun 1999. Kura-Kura merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan yang sudah berdiri sejak 2004 yang berpusat dikota Surabaya. Kura-Kura berlokasi di jl.HR Muhammad 12 kav 397, yang merupakan tempat penjualan dan tempat memproduksi aneka kue tart. kue tart yang di produksi difokuskan pada pesanan untuk acara ulang tahun, tetapi juga melayani pesanan untuk individu. Dengan seiringnya waktu berjalan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan persaingan pemilik melakukan pembukaan cabang yang berada di Manyar Kertoarjo no 56, yang mana di cabang ini hanya menjual saja tidak melakukan produksi, jadi roti akan di kirim dari cabang yang berada di HR Muhammad 12 kav 397.

4.2.7. Perusahaan Kecap Naga Mas

Kecap Naga Mas yang didirikan pada tahun 1975 oleh Bpk Siartono yang kemudian pada tahun 2000 di teruskan oleh Ibu Elly Hartanti sebagai generasi kedua yang alumnus perguruan tinggi Widya Mandala program akuntansi tahun 1996. Kecap Naga Mas merupakan sebuah usaha yang memproduksi kecap. Pada

saat awal pengelolaan Ibu Elly Hartanti di bantu oleh suaminya dalam mengelola. Sebagai generasi penerus yang bukan berlatar belakang di bidang makanan dan minuman maka Ibu Elly Hartanti masih dibantu oleh orang tuanya yang mendirikan usaha kecil ini. Usaha ini di produksi atau dilakukan di pabrik yang beralamat di Tembok Dukuh 114, penjualan dilakukan berdasarkan pesanan konsumen. Kecap Naga Mas memiliki 6 karyawan dan rata-rata memproduksi 250 unit.

4.2.8. Perusahaan Yen Hwa Pao

Perusahaan Yen Hwa Pao didirikan dan di pimpin langsung oleh Bpk Lie Tjie Fung, beliau adalah salah satu alumnus perguruan tinggi Widya Mandala program akuntansi angkatan 2000. Yen Hwa Pao merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan yang sudah berdiri sejak 2000 yang berpusat dikota Surabaya. Dengan berlatar belakang ilmu yang kurang sesuai, maka pendirian sebuah usaha ini atas bantuan orang tua beliau. Setelah itu baru dibuka usaha Bakpao ini. Semua pekerjaan di lakukan oleh Bpk Lie Tjie Fung sehingga semua keputusan harus melalui Bpk Lie Tjie Fung. Yen Hwa Pao berlokasi di jl.Pertiwi no 21, yang merupakan tempat penjualan dan tempat memproduksi aneka Bakpao. Bakpao yang di produksi difokuskan pada penjualan pesanan untuk individu. Yen Hwa Pao memiliki 10 karyawan dan rata-rata perbulan memproduksi 1200 unit.

4.2.9. Wangsa Jaya Food

Wangsa Jaya Food adalah sebuah perusahaan perorangan yang bergerak dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan ini didirikan sejak tahun 2000 dan mulai beroperasi tahun 2000 pula. Perusahaan ini terletak di Surabaya, Jawa Timur. Ada pun produk yang diproduksi oleh perusahaan ini yaitu kecap. Sejak tahun berdiri, perusahaan ini berbentuk perusahaan perorangan dengan model bisnis utama yaitu produksi masak dan pesanan. Awalnya perusahaan ini didirikan oleh pemilik bersama orang tuanya yang kemudian dikelola oleh pemilik itu sendiri yaitu Ibu Melda. Perusahaan ini pada mulanya hanya memiliki 10 orang karyawan yang kemudian bertambah menjadi 15 orang.

4.2.10. Mel Bakery

Mel Bakery adalah sebuah usaha kecil yang bergerak dalam industri makanan dan minuman yang berlokasi di Wonorejo Permai, Surabaya, Jawa Timur. Mel Bakery ini memproduksi roti dengan berbagai model sesuai dengan design buatan sendiri dan sesuai pesanan. Setiap harinya Mel Bakery memproduksi ± 150 unit. Mel Bakery ini didirikan pada tahun 2004. Adapun status tempat usaha pada saat didirikan yaitu sewa / kontrak yang pada akhirnya status tempat usaha tersebut berubah menjadi milik sendiri. Dari tahun pendirian usaha, hingga saat ini, jumlah pekerjanya yaitu 12 orang.

4.2.11. Jamu Tradisional Ny.Donk

Jamu Tradisional Ny.Donk adalah perusahaan kecil yang memproduksi jamu tradisional dalam bentuk sachet yang kemudian dikemas dalam karton, di mana dalam satu karton terdapat 5 sachet. Selain memproduksi dalam bentuk sachet yang dikemas dalam karton, perusahaan ini juga menerima pesanan dalam ukuran kemasan yang lebih besar. Bahan baku yang digunakan untuk proses produksinya pun merupakan bahan-bahan alami, sehingga jamu tersebut dikenal dengan jamu tradisional karena bahan-bahan yang digunakan bersifat alami atau berasal dari tumbuh-tumbuhan. Perusahaan kecil ini terletak di daerah Mojokerto, Jawa Timur. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2002 dengan jumlah karyawan 8 orang hingga saat ini. Sistem pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan ini yaitu selain memiliki gerai sendiri, perusahaan ini juga menitipkan produknya ke beberapa toko.

4.2.12. Jaya Raya Food

Perusahaan ini didirikan pada tahun 2007 oleh Bpk.Mediato. Perusahaan ini bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman yang berlokasi di Mojokerto, Jawa Timur. Jaya Raya food merupakan perusahaan yang memproduksi makanan snack yang berupa pilus. Biasanya setiap harinya perusahaan ini memproduksi ± 200 unit. Adapun jumlah tenaga kerjanya yaitu 15 orang.

4.2.13. PT. Sanrio Bakery

PT. Sanrio Bakery merupakan perusahaan roti yang berdiri pada tahun 1999 oleh Bapak Gunawan yang kemudian pada tahun 2006 mulai dikelola oleh Bapak Rocky Gunawan sebagai generasi kedua yang merupakan alumnus universitas katolik Widya Mandala Surabaya, dengan program studi ekonomi manajemen tahun 2005/2009.

Sanrio Bakery merupakan sebuah unit usaha yang memproduksi roti, dengan nama produk utama berupa roti seperti roti tawar, roti keju, coklat dan aneka macam jenis roti lainnya.

Usaha ini berada di sebuah kawasan ruko di jalan bhayangkara no 22 Mojokerto, yang berfungsi sebagai tempat produksi dan lokasi penjualan hasil produksi. Model utama bisnis yang ditekuni oleh Sanrio Bakery meliputi produksi massal, pesanan dan distribusi yang tersebar di Mojokerto, Jombang dan sekitarnya. Sanrio Bakery mampu memproduksi roti rata-rata perhari sekitar 250 unit namun hal itu masih tergantung pada banyak tidaknya pesanan yang diterima.

Dalam beberapa tahun kemudian, Sanrio Bakery telah berkembang cukup pesat, sehingga dalam kurun waktu kurang lebih 1,5 tahun perusahaan ini telah berhasil balik modal (*payback period*).

4.2.14. UD. Heaven Bread & Resto

UD Heaven Bread & Resto merupakan perusahaan yang bergerak tidak hanya di bidang jasa resto tetapi juga memproduksi produk makanan berupa roti yang didirikan pada tahun 2005 oleh pemiliknya bernama Bapak Gunawan Saputro alumni dari universitas Tujuh Belas Agustus fakultas ekonomi program manajemen tahun 1992/1996.

Usaha ini terletak di jalan Mojopahit 48 Mojokerto, yang selain berfungsi sebagai tempat tinggal pemilik juga lokasi produksi dan penjualan hasil produksi. Nama produk utama yang diproduksi oleh usaha ini berupa roti, cake, tart dan aneka kue basah lainnya. Sedangkan model utama bisnis yang ditekuni oleh Heaven Bread merupakan produksi massal, dan pesanan yang rata-rata perharinya mampu memproduksi sekitar 180 unit tergantung pada banyak tidaknya pesanan yang diterima.

Seiring dengan berjalannya waktu usaha ini semakin berkembang sehingga dalam kurun waktu 1,5 tahun UD Heaven Bread & Resto sudah berhasil balik modal dan membuka satu cabang lagi di kawasan kompleks pertokoan di Mojokerto yang berfungsi sebagai tempat penjualan dari produk-produk roti Heaven Bread saja.

4.2.15. UD. Ny Senter

UD. Ny Senter merupakan perusahaan turun temurun yang bergerak dalam bidang pengolahan jamu yang masih mempertahankan cita rasa asli tradisional. Perusahaan jamu ini pertama kali didirikan pada tahun 1951 di Kertosono oleh pendirinya bernama Nyonya Senter, yang selanjutnya pada tahun 2002, perusahaan jamu ini mulai dikelola oleh Ibu Ayundari Kesuma.

Ibu Ayundari Kesuma merupakan pemilik dan generasi ketiga yang mengelola perusahaan jamu Ny. Senter. Beliau merupakan alumnus dari Sekolah Tinggi Teknik Surabaya fakultas Teknik program Informatika pada tahun 1989/1994.

Dalam sehari perusahaan jamu yang berada di jalan Jendral A. Yani no.38 Kertosono ini, mampu memproduksi sekitar 300 bungkus jamu kemasan yang dibuat untuk melayani penjualan secara masal dan distribusi.

Dalam periode 1,5 tahun perusahaan jamu yang dikelola oleh Ibu Ayundari tersebut sudah berhasil balik modal.

4.2.16. PT. Sido Jodo

PT Sido Jodo merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengelolaan jamu kemasan serta beraneka macam minuman kesehatan lainnya secara modern. Perusahaan jamu yang terletak di kawasan pergudangan daerah Mojokerto ini pertama kali didirikan oleh pemiliknya yang bernama Bapak Kuserdianto pada tahun 1994 dengan nama awal perusahaan yaitu UD Sido Sehat.

Dalam kegiatan produksinya sehari-hari perusahaan jamu ini mampu memproduksi hingga 500 unit yang dilakukan untuk melayani penjualan secara masal dan distribusi ke berbagai daerah di Jawa Timur.

Mulai tahun 2005 perusahaan jamu ini mulai dikelola oleh Bapak Ollen Kusnawa sebagai generasi kedua dari pemilik usaha. Beliau merupakan alumnus dari universitas Kristen Petra fakultas teknik program industri pada tahun 2001/2005.

Seiring dengan berjalannya waktu, perusahaan jamu ini semakin berkembang pesat yang tampak melalui meningkatnya jumlah omzet dan produksi perusahaan. Sehingga dalam kurun waktu 1 tahun saja perusahaan jamu ini sudah berhasil balik modal.

4.2.17. Porong Mandiri

Porong mandiri adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang makanan. Porong Mandiri merupakan sebuah industri kecil menengah yang terletak di jl. Hr Muhammad 73A Surabaya. Usaha yang didirikan pada tahun 2000 ini, memproduksi ote – ote setiap harinya. Di awal usaha, dalam sehari ote – ote yang diproduksi hanya sekitar 7000 buah, namun sekarang sudah mencapai 8000 buah per harinya. Erik minarto si pemilik usaha yang memulai bisnis dengan modal Rp 500.000 ini sekarang dapat membuka cabang sebanyak 2 dan pelanggannya meningkat sampai 35 orang.

4.2.18. Alster Progo

Alster progo merupakan perusahaan ice cream yang berdiri pada tahun 1989 oleh Indriana Budiman yang merupakan alumnus Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya, dengan program studi fakultas pertanian jurusan pangan dan gisi tahun 1986/1990.

Alster Progo merupakan sebuah unit usaha yang memproduksi ice cream. Usaha ini berada di sebuah kawasan Trunojoyo 55 Surabaya, yang berfungsi sebagai tempat produksi dan lokasi penjualan hasil produksi. Alster Progo memproduksi ice cream rata-rata perhari sekitar 900 buah di awal usahanya, namun sekarang seiring majunya usaha sudah menjadi 1500 buah.

Dalam beberapa tahun kemudian, Alster Progo telah berkembang cukup pesat, sehingga dalam kurun waktu kurang lebih 2 tahun perusahaan ini telah berhasil balik modal (*payback period*). Sampai saat ini Alster Progo telah

memiliki 3 cabang dan pelanggan yang meningkat dari 15 orang menjadi 20 orang.

4.2.19. Roti In

Roti In merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pangan berupa roti yang didirikan pada tahun 1928 oleh pemiliknya bernama Kiok alumni dari Universitas Surabaya fakultas ekonomi program manajemen tahun 1983/1987. Usaha ini terletak di jalan Jemur Sari 128 Surabaya, yang selain berfungsi sebagai lokasi produksi juga sebagai tempat penjualan hasil produksi. Perusahaan roti ini rata-rata perharinya mampu memproduksi sekitar 30.000 buah, dari yang sebelumnya hanya 3000 buah. Seiring dengan berjalannya waktu usaha ini semakin berkembang sehingga dalam kurun waktu 2 tahun usaha roti ini sudah berhasil balik modal dan membuka satu cabang lagi yang sampai sekarang jumlah cabangnya mencapai 7 yang berfungsi sebagai tempat penjualan dari produk-produk roti.

4.2.20. La Ricchi

La Ricchi adalah sebuah usaha kecil yang bergerak dalam industri makanan yang terletak di jl. Musi 43 Surabaya, Jawa Timur. La Ricchi ini memproduksi ice cream dengan berbagai rasa yang sesuai dengan lidah kita. Setiap harinya usaha ice cream ini memproduksi ± 2000 buah dari yang awalnya hanya 500 buah saja. Usaha milik Robert Lukito ini didirikan pada tahun 2001. Adapun status tempat usaha pada saat didirikan yaitu bangunan milik sendiri berupa ruko. Dari tahun pendirian usaha, hingga saat ini, jumlah pekerjanya yaitu 11 orang dan pelanggan yang meningkat dari 5 orang menjadi 15 orang.

4.3. Analisa Data

4.3.1. Analisa Deskriptif Profil Alumni

1. Aspek Pendidikan

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan aspek pendidikan. Dapat dilihat dari jenjang perguruan tinggi, fakultas, dan program studi.

Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenjang Studi

Jenjang	Frekuensi	Persentase
D3	2	10
S-1	18	90
Total	20	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas pemilik usaha kecil makanan dan minuman bergelarkan S-1 sebanyak 18 orang, hanya 2 orang saja yang lulusan D3. 2 orang lulusan D3 berasal dari Universitas Widya Mandala dan Universitas Surabaya, dimana keduanya berasal dari program akuntansi.

Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Responden Menurut Universitas

PTS	Frekuensi	Persentase
STIKI	1	5
STTS	1	5
Universitas Surabaya	5	25
UK Petra	4	20
Unika WM	7	35
Untag	1	5
UWK	1	5
Total	20	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas pengusaha kecil makanan dan minuman paling banyak berasal dari perguruan tinggi Unika WM dengan 35% dari keseluruhan. Sedangkan yang paling sedikit terdapat dari 4 universitas yaitu STIKI sebesar 5%, STTS sebesar 5%, Untag 5%, dan UWK 5%. Dapat dilihat pemilik yang berasal dari Unika WM 4 orang dengan program studi Akuntansi, yang menandakan adanya kesesuaian antara latar belakang pendidikan yang ditempuh dengan usaha yang ditekuni yaitu bidang makanan seperti roti dan cake, sedangkan 2 orang lainnya dengan program studi pangan dan gizi, yang juga

adanya kesesuaian dengan usaha yang dijalankan, dan 1 orang dengan program studi management. Selain itu juga terdapat 5 orang dengan program studi management yang terbagi dari beberapa perguruan tinggi Universitas Surabaya, Untag, dan Widya Kartika.

Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Fakultas Dan Program Studi Responden

Fakultas	Program Studi	Frekuensi	Persentase
Ekonomi	Akuntansi	6	30
	Manajemen	6	30
Pertanian	Pangan & Gizi	2	10
Seni & Design	Desain interior	1	5
	DKV	1	5
Teknik	Industri	1	5
	Informatika	2	10
	Sipil	1	5
Total		20	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa dari ke 20 pemilik usaha kecil makanan dan minuman memiliki program studi yang berbeda-beda. Dapat dilihat fakultas ekonomi sebesar 60% masing-masing dari program akuntansi dan manajemen dengan jumlah 6 orang, jumlah terendah pada fakultas pertanian dan seni masing-masing 10% atau 2 orang. Untuk pemilik dengan fakultas ekonomi dan pertanian memiliki kesesuaian atas usaha yang di jalankan sekarang baik itu makanan dan minuman, maupun itu ide sendiri dari pemilik usaha atau warisan dari orang tua. Dengan demikian para pemilik telah menjadi seorang *entrepreneur* melalui inisiatif yang telah di ambil untuk sebuah usaha baru. Sedangkan pemilik dengan latar belakang fakultas teknik dan design, ada beberapa yang sebagai warisan seperti UD.Nyi senter dan UD.Nyi donk dan yang lainnya merupakan atas pemikiran sendiri untuk membuka usaha makanan dan minuman.

Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Sumber Utama Biaya Kuliah Responden

		Sumber utama Biaya Kuliah		Total
		orang tua	sendiri	
Jenis Kelamin	laki-laki	9	0	9
	perempuan	10	1	11
Frekuensi		19	1	20
Persentase		95	5	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 95% sumber utama biaya kuliah pemilik berasal dari orang tua, hanya 1 orang perempuan yang sumber utama biaya kuliah nya berasal dari sendiri.

Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Tempat Tinggal Masa Kuliah Responden

		Tempat tinggal masa kuliah				Total
		orang tua	kost	saudara	lainnya	
Jenis Kelamin	laki-laki	5	2	1	1	9
	Perempuan	7	1	2	1	11
Frekuensi		12	3	3	2	20
Persentase		60	15	15	10	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Dapat diketahui berdasarkan hasil analisa diatas bahwa ada 12 orang yang bertempat tinggal bersama orang tua pada masa kuliah, 3 orang yang kost, 3 orang di tempat saudara dan 2 orang lainnya. Pemilik usaha yang berasal dari kota Surabaya pada masa kuliah bertempat tinggal dengan orang tua, sedangkan yang berasal dari luar kota Surabaya seperti Sampit, Malang, Tuban, Sidoarjo, ada yang bertempat tinggal di kost, dan di tempat saudara. Namun ada juga yang berasal dari luar kota Surabaya tapi memiliki rumah sendiri di kota Surabaya.

2. Aspek Demografis

Berikut adalah aspek demografis dari para pemilik usaha kecil makanan dan minuman di Jawa timur.

Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Demografis Alumnus

Demografis Alumnus		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	9	45
	Perempuan	11	55
Usia	< 25 th	3	15
	25 th - 35 th	9	45
	36 th - 45 th	6	30
	46 th - 55 th	2	10
Status Perkawinan	Tidak Kawin	6	30
	Kawin	14	70
Agama	Kristen/Katolik	17	85
	Hindu/Budha	3	15
Organisasi Budaya	Indonesia	1	5
	Tionghoa	19	95
Pekerjaan Orang Tua	Pedagang	4	20
	Wiraswasta	16	80

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan hasil analisa dapat dilihat pada tabel di atas bahwa mayoritas pendiri usaha kecil industri makanan dan minuman adalah perempuan yaitu sebanyak 11 orang atau 55%, sedangkan 9 orang atau 45% yang lain adalah laki-laki. Usaha yang ditekuni oleh pemilik termasuk dalam kategori usaha kecil, jenisnya yaitu usaha bidang jasa (makanan dan minuman) seperti roti, cake, jamu, dan makanan ringan, yang mayoritas dilakukan oleh perempuan. Usia yang ditemukan dari para responden pun cukup beragam, terbanyak pada usia 25 th – 35 th. Dengan bekal pendidikan yang telah di tempuh memberanikan para

responden untuk mewujudkan sebuah usaha baru yang dimulai dari titik nol hingga bertumbuh dan berkembang hingga saat ini. Selain itu usaha kecil cukup fleksibel dan lebih efisien dalam pengoprasiannya, sehingga responden memilih usaha kecil.

Tabel 4.9. Orientasi Budaya Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin			Orientasi budaya		Total
			Indonesia	Tionghoa	
laki-laki	Kelompok Usia	< dari 25 th		3	3
		25 - 35 th		5	5
		46 th - 55 th		1	1
perempuan	Kelompok Usia	25 th - 35 th	0	4	4
		36 th - 45 th	1	5	6
		46 th - 55 th	0	1	1
	Total	1	19	20	

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Pada tabel di atas dapat dilihat pemilik usaha kecil laki-laki pada kelompok usia kurang dari 25 tahun – 55 tahun dengan orientasi budaya Tionghoa berjumlah 9 orang. Sedangkan pemilik usaha kecil perempuan kelompok usia 25 tahun – 55 tahun dengan orientasi budaya Tionghoa 10 orang dan 1 orang dengan orientasi budaya Indonesia. Maka dapat dilihat di sini baik itu laki-laki atau perempuan mayoritas memiliki orientasi budaya Tionghoa sebanyak 19 orang.

Tabel 4.10. Status Perkawinan Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Status Perkawinan		Total
	tidak kawin	kawin	

Tabel 4.10. Status Perkawinan Menurut Jenis Kelamin (lanjutan)

Jenis Kelamin			Status Perkawinan		Total
			tidak kawin	kawin	
laki-laki	Kelompok Usia	< dari 25 th	3	0	3
		25 - 35 th	3	2	5
		46 th - 55 th	0	1	1
perempuan	Kelompok Usia	25 - 35 th		4	4
		36 th - 45 th		6	6
		46 th - 55 th		1	1
	Total		6	14	20

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pemilik usaha kecil laki-laki pada kelompok usia kurang dari 25 tahun – 55 tahun ada 6 orang yang belum menikah dan 3 orang sudah menikah. Pemilik usaha kecil perempuan dengan kelompok usia 25 tahun – 55 tahun dengan jumlah 11 orang semuanya telah menikah. Dapat di simpulkan bahwa perempuan lebih cepat menikah pada usia yang relatif muda.

Tabel 4.11. Agama Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin			Agama yang dianut		Total
			kristen/katholik	hindu/budha	
laki-laki	Kelompok Usia	< dari 25 th	2	1	3
		25 - 35 th	5	0	5
		46 th - 55 th	1	0	1

Tabel 4.11. Agama Menurut Jenis Kelamin (lanjutan)

Jenis Kelamin			Agama yang dianut		Total
			kristen/katholik	hindu/budha	
perempuan	Kelompok Usia	25 - 35 th	3	1	4
		36 th - 45 th	5	1	6
		46 th - 55 th	1	0	1
	Total	17	3	20	

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa laki-laki dengan jumlah 8 orang menganut agama Kristen/Katolik dan 1 orang yang menganut agama Hindu/Budha. Dengan memiliki modal mental yang kuat akan membuat para pemilik dalam mengambil keputusan dan menghadapi resiko usaha akan menjadi lebih baik dan benar.

Tabel 4.12. Pekerjaan Orang Tua Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin			Pekerjaan Orang Tua		Total
			Pedagang	Wiraswasta	
laki-laki	Kelompok Usia	< dari 25 th	0	3	3
		25 - 35 th	0	5	5
		46 th - 55 th	1	0	1
Perempuan	Kelompok Usia	25 - 35 th	1	3	4
		36 th - 45 th	2	4	6
		46 th - 55 th	0	1	1
	Total	3	8	11	

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Pada tabel 4.12. dapat dilihat bahwa pemilik usaha kecil laki-laki yang pekerjaan orang tuanya sebagai pedagang sebanyak 1 orang dan 8 orang lainnya sebagai wiraswasta. Sedangkan pada pemilik usaha kecil perempuan yang pekerjaan orang tuanya sebagai pedagang 3 orang dan 8 orang lainnya sebagai

wiraswasta. Dengan latar belakang budaya Tionghoa kecenderungan pekerjaan orang tua dari para pemilik usaha kecil yaitu sebagai pedagang dan wiraswasta.

4.3.2. Analisa Deskriptif Profil Bisnis Pada Usaha Kecil Sektor Makanan Dan Minuman

1. Aspek Profil Bisnis Usaha Kecil Yang Didirikan

Berikut adalah deskriptif profil bisnis usaha kecil pada industri makanan dan minuman di Jawa Timur

Tabel 4.13. Distribusi Frekuensi Lokasi Usaha

Kota	Frekuensi	Persentase
Kertosono	1	5
Malang	1	5
Mojokerto	5	25
Surabaya	13	65
Total	20	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan hasil analisa di atas 65% lokasi usaha kecil makanan dan minuman berada di kota Surabaya. Perusahaan yang berlokasi di Kertosono yaitu UD.Nyi Senter dan yang berlokasi di kota Malang yaitu Ratna Cake. Sedangkan yang lainnya tersebar ke beberapa di Jawa Timur. Dengan tingkat perekonomian yang tinggi di kota Surabaya membuat para *entrepreneur* membuka usaha dengan melakukan inovasi-inovasi, untuk terus bertahan dalam persaingan yang ketat terutama di kota Surabaya, para pemilik harus meningkatkan fungsi usahawan, pemimpin industri, dan pemimpin *financial* bagi perusahaannya.

Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Status Dan Tempat Usaha

Status tempat usaha	Frekuensi	Persentase
rumah milik sendiri	8	40
ruko/rukan milik sendiri	5	25

Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Status Dan Tempat Usaha (lanjutan)

Status tempat usaha	Frekuensi	Persentase
tempat usaha lain milik sendiri	3	15
ruko/rukan sewa/kontrak	3	15
tempat usaha lain sewa/kontrak	1	5
Total	20	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan hasil analisa di atas dapat di ketahui bahwa perusahaan yang berbentuk UD atau Informal biasanya melakukan produksi dan transaksi di rumah pemilik, selain produksi yang tidak terlalu besar dan cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan jadi produksinya dan distribusinya dilakukan di satu tempat terutama pada usaha kecil manakan dan minuman ini. Status tempat usaha merupakan modal material yang dimiliki oleh perusahaan, selain itu diperlukannya modal-modal lainnya yang perlu di kembangkan oleh pemilik usaha seperti modal mental, sosial, dan intelektual. Dari total 8 pemilik usaha tersebut semuanya memiliki badan usaha UD dan Informal seperti Mimo, Yen Wha Pao, Alinda Cake, Heaven Bakery, UD.Nyi Donk. Untuk perusahaan yang memiliki ruko/rukan milik sendiri umumnya sudah memiliki karyawan yang cukup banyak, produksi yang cukup banyak, bahan baku yang banyak dan perhitungan dari segi layout untuk menunjang penjualan produk sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan di rumah, ada 5 perusahaan yang berstatuskan ruko/rukan milik sendiri yaitu Roti X, Brownice Bakery, PT.Sanrio, Roti In, La Ricchi. Untuk beberapa perusahaan yang sudah cukup lama berdiri seperti Kecap Naga Mas maka memiliki pabrik sendiri untuk produksi kecap nya. Perusahaan yang sudah berukuran besar atau PT umumnya pasti mempunyai gudang sendiri untuk produk-produk mereka seperti PT.Sido Jodo dan Jaya Raya.

Tabel 4.15. Distribusi Frekuensi Badan Usaha

Frekuensi dan Persentase	Lokasi Usaha	Bentuk Badan Usaha				Total
		UD	CV	PT	Informal	
	Kertosono	1	0	0	0	1
	Malang	1	0	0	0	1
	Mojokerto	3	0	2	0	5
	Surabaya	7	1	0	5	13
Frekuensi		12	1	2	5	20
Persentase		60	5	10	25	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 12 perusahaan atau 60% yang bentuk badan usahanya adalah UD. 5 perusahaan atau 25% berbentuk informal, 2 perusahaan atau 10% berbentuk coporation (PT) seperti PT.Sanrio dan PT.Sido Jodo dan 1 perusahaan yang lain merupakan bentuk badan usaha yang partnership (CV, Firma) yaitu Roti In. Dengan kateogri masih dalam usaha kecil maka kebanyakan badan usaha berupa UD. Usaha kecil yang bertempatkan di rumah pemilik kebanyakan berstatuskan informal karena produksi dan transaksi banyak dilakukan di rumah itu sendiri seperti Alinda Cake, Kecap Manis Naga Mas, Kura-kura Cake, Mimo, dan Yen Wha Pao. Dapat dilihat 65% perusahaan berlokasi di kota Surabaya baik itu UD dan informal yang artinya banyaknya permintaan yang beragam dari masyarakat Surabaya akan kebutuhan makanan dan minuman sehingga membuat para pengusaha terus bermunculan dengan inovasi dan strategi nya masing-masing.

Tabel 4.16. Distribusi Frekuensi Bentuk Utama Bisnis

Bentuk utama bisnis	Frekuensi	Persentase
Business to Consumer	17	85
Kombinasi	3	15
Total	20	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Dari tabel di atas mayoritas perusahaan kecil makanan dan minuman di memiliki bentuk utama bisnis yaitu *business to costumer* dengan 85% atau 17 perusahaan, hanya 3 saja yang kombinasi *Business to business* dan *Business to*

consumer seperti Alster Progo, PT.Sido Jodo, PT.Sanrio, dan UD.Nyi Senter. Sesuai dengan kategori usaha kecil yang dipilih oleh para pemilik usaha yaitu usaha bidang jasa, dimana lebih mengutamakan kepuasan konsumen dan sekaligus membuat perusahaan menjadi lebih akrab dengan konsumen. Karena perusahaan kecil biasanya tidak menggunakan manager sehingga membuat konsumen lebih mengenal perusahaan dan pemilik nya.

2. Aspek Profil Bisnis Usaha Kecil Berdasarkan Periode

Berikut tabel yang menggambarkan profil bisnis usaha kecil dari periode awal hingga periode *growth*.

Tabel 4.17. Profil Bisnis Dalam Periode

Profil bisnis dari usaha kecil	Periode Awal				Periode <i>Stratup</i>				Periode <i>Growth</i>			
	Mean	Max	Min	Std Dev	Mean	Max	Min	Std Dev	Mean	Max	Min	Std Dev
	Kembali Modal	0	0	0	0	18.6	60	6	11.95	137.9	960	12
Jumlah Manager	0.8	2	0	0.7	1.05	3	0	0.94	1.35	5	0	1.35
Jumlah Supervisor	0.95	4	0	1.1	1.3	6	0	1.42	1.85	10	0	2.28
Tenaga Kerja	7.5	15	2	4.08	9.55	15	2	4.25	11.9	20	5	4.96
Jumlah Produksi	747.5	7000	50	1607.9	1120.5	7000	100	1968.7	2602.5	30000	200	6691.91
Jumlah omzet	19.51	60	0.25	13.83	31.26	60	4.5	19.16	54.7	150	25	31.74
Modal Kerja	63.45	500	0.05	106.91	76.75	500	0	115.36	128.25	550	0	157.38
Aset Tetap	61.6	300	10	77.99	57.5	300	0	76.92	242	1200	0	375.17
Jumlah usaha	1.05	2	0	0.39	0.8	2	0	0.52	1.2	4	0	1.01
Jumlah Cabang	0.2	1	0	0.41	0.3	2	0	0.57	1.15	7	0	1.9
Jumlah Pelanggan	29.55	80	5	21.69	44.6	100	10	30.87	61.75	150	0	47.19
Jumlah Pemasok	4.5	15	0	4.3	5.45	15	0	3.89	7.2	15	0	4.43
Jumlah Pinjaman	0.35	6	0	1.35	2.5	50	0	11.18	25	500	0	111.8

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Pada jumlah manager dan supervisor terlihat bahwa rata-rata penambahannya 1 pada tiap periode, mulai dari periode awal hingga periode *growth*. Biasanya perusahaan kecil memang tidak menggunakan manager karena usaha yang dilakukan masih bisa diawasi dan dikelola sendiri. Namun ini

merupakan kelemahan dari usaha kecil dalam hal kecakapan manajerial, pemilik mempunyai kemampuan dan pengetahuan yang terbatas apalagi mereka yang berlatar belakang pendidikan bukan dari ekonomi. Untuk itu perlunya menggunakan jasa manager atau supervisor pada saat usaha mulai membesar atau pada saat memasuki periode *growth*.

Pada omzet untuk periode awal diketahui bahwa omzet tertinggi diperoleh UD.Porong mandiri, tidak mengherankan karena perusahaan tersebut menggunakan manager dari periode awal. Sebagai pemimpin yang baik, pemilik usaha mempunyai sikap dalam memilih orang serta menunjukkan kualitas yang dimiliki oleh seorang pemimpin yaitu kecerdasan dan inisiatif. Pemilik usaha menyadari akan kemampuan dan tenaga yang terbatas, hingga periode startup UD.Porong mandiri memperoleh omzet tertinggi dari 20 perusahaan yang diteliti. Pada periode *growth* omzet terbanyak diperoleh Roti in, sebagai pengusaha yang sudah lama berkecimpung dalam bisnis ini membuat pemilik roti in untuk terus mengembangkan *entrepreneurial leadership* yang dimiliki oleh generasi yang sekarang.

Pada modal kerja investasi yang besar dilakukan oleh pemilik UD.Porong Mandiri menghasilkan sesuai apa yang diharapkan dengan modal kerja sebesar Rp.500.000.000,- pada periode awal membuka usaha tersebut karena berdirinya UD.Porong Mandiri ini pada tahun 2000. Namun ada juga yang memiliki modal kerja yang nominalnya kecil karena perusahaan ini berdiri sejak tahun 1979 yaitu Kecap Naga Mas. Memasuki periode *stratup* ada beberapa perusahaan yang tidak menambahkan modal kerja karena apa yang dibutuhkan hingga periode ini masih cukup namun ada juga yang menambah modal kerja seperti UD.Porong Mandiri. Begitu juga dengan periode *growth*. Pemilik usaha juga harus memperhatikan modal-modal lainnya seperti modal mental, intelektual, sosial dan moral. Dimana kesemua modal tersebut harus dimiliki oleh seorang *entrepreneurship*.

Dari tabel di atas untuk kembali modal dapat dilihat pada periode *startup* bahwa rata-rata perusahaan mencapai balik modal dalam waktu 19 bulan, namun ada yang mencapai dalam 6 bulan saja tapi ada 1 perusahaan yang mencapai 5 tahun yaitu Roti X. Pada periode *growth* rata-rata perusahaan sudah memasuki

pertumbuhan selama 11 tahun. Ada perusahaan yang memasuki periode *growth* setelah 1 tahun seperti PT.Sido Jodo, Wangsa Jaya Food, UD.Nyi Donk karena perusahaan tersebut masih relatif baru. Seperti Roti In berdiri sejak tahun 1928 berdasarkan perhitungan hingga saat sekarang perusahaan Roti In telah melewati periode *growth* selama 80 tahun lamanya.

Pada tenaga kerja dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah tenaga kerja di 20 perusahaan pada periode awal paling sedikit 2 orang, biasanya perusahaan yang berproduksi di rumah sendiri memiliki karyawan yang sedikit pada awalnya seperti Alinda Cake, Mimo, Kecap Naga Mas, Ratna Cake. Ada yang memiliki jumlah karyawan 15 pada periode awal ditinjau dari modal kerja yang cukup besar sehingga memiliki karyawan yang besar pula. Pada periode *growth* penambahan karyawan dengan rata-rata 12 orang, jumlah paling sedikit 2 karyawan pada perusahaan Mimo karena dengan 2 karyawan tersebut masih dapat memenuhi pesanan dari para pelanggan, sedangkan paling banyak berjumlah 20 orang pada perusahaan Roti X dan Kura-kura Cake.

Pada jumlah produksi dari 20 perusahaan berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada periode awal seperti perusahaan Alinda Cake dan Kecap Manis Naga Mas hanya melakukan produksi 50 unit dan yang melakukan produksi terbesar yaitu perusahaan Porong Mandiri yang memproduksi makanan ote-ote tiap harinya. Pada periode *startup* modal jumlah produksi pada tiap perusahaan meningkat seperti Alinda Cake meningkat menjadi 100 unit dan Kecap Naga Mas yang meningkat menjadi 150 unit. Dengan jumlah produksi terbanyak pada periode *startup* yaitu perusahaan Porong Mandiri, terus meningkatnya rata-rata produksi 20 perusahaan dari periode ke periode. Memasuki periode *growth* Heaven Breath Resto yang berlokasi di Mojokerto mencapai produksi 200 unit dan Roti In yang berlokasi di Surabaya mengalami peningkatan beberapa kali lipat dari masa balik modal dengan 6500 unit menjadi 30000 unit pada masa pertumbuhan.

Pada aset tetap nilai terkecil pada periode awal berdiri yaitu Heaven Bread, Mimo, dan Roti In sebesar Rp.10.000.000,- sedangkan nilai maksimum pada perusahaan La Ricchi yang memiliki aset tetap senilai Rp.300.000.000,-. Pada periode *startup* dan *growth* tidak semua perusahaan menambah aset karena

di anggap sudah cukup hingga saat itu dan tidak ada nya penambahan cabang tempat usaha. Yang tidak menambahkan aset seperti Alinda Cake, Roti X, Kecap Naga Mas, dan Brownice Bakery. Selain dari ke 4 perusahaan tersebut lainnya melakukan penambahan aset seperti Ratna Bakery yang menambahkan aset senilai Rp.300.000.000,-.

Pada jumlah usaha dari 20 perusahaan dalam periode awal berdiri yaitu 1, hanya 2 perusahaan yang memiliki 2 tempat usaha seperti Roti X dan Porong Mandiri. Rata-rata penambahan tempat usaha pada periode *stratup* sebesar 1 tempat. Hingga pada masa *growth* ada beberapa perusahaan yang memiliki jumlah usaha lebih dari 2 seperti Heaven Bread Resto dengan 4 tempat dan UD.Nyi Donk dengan 4 tempat usaha.

Pada cabang usaha dapat dilihat ada 4 perusahaan yang langsung memiliki cabang usaha pada periode awal berdiri seperti Brownice Bakery, Porong Mandiri, La Ricchi, dan Roti In. Hingga masa *growth* Roti In yang sudah lama berkiprah dalam bisnis makanan, memiliki omzet dan jumlah karyawan yang terus meningkat maka membuat cabang usaha nya mencapai 7 toko hingga saat ini di kota Surabaya.

Pada pelanggan yang berkunjung dapat dilihat bahwa dari 20 perusahaan masa periode awal sampai *growth* mengalami kenaikan rata-rata serta jumlah maksimal yang dari 80 orang menjadi 100 orang dan 150 orang pada periode *growth*.

Pada pemasok di ke 20 perusahaan ada beberapa perusahaan yang memproduksi di rumah sendiri atau tidak menggunakan manager biasanya tidak menggunakan pemasok tapi pemilik sendiri yang secara langsung mencari keperluan bahan seperti perusahaan Mimo, dan Alinda Cake. Rata-rata pertambahan pemasok dari periode awal sampai *growth* terus meningkat.

Pada pinjaman ada beberapa perusahaan yang pada saat membuka usaha dari awal melakukan pinjaman seperti Kecap Naga Mas yang meminjam sebesar Rp.6.000.000,- dan Ratna Cake Rp.1000.000,- pada periode *stratup* Ratna Cake kembali melakukan pinjaman untuk memperluas usaha dan pada masa *growth* melakukan pinjaman kembali.

Tabel 4.18. Persentase Kenaikan Dari Periode *Startup* Ke *Growth*

Profil bisnis dari usaha kecil	Periode <i>startup</i>	Periode <i>growth</i>	Persentase kenaikan
	Mean	Mean	
Payback	18.6	137.9	7.41
Jumlah manager	1.05	1.35	1.29
Jumlah supervisor	1.3	1.85	1.42
Tenaga kerja	9.55	11.9	1.25
Jumlah produksi	1120.5	2602.5	2.32
Jumlah omzet	31.26	54.7	1.75
Modal kerja	76.75	128.25	1.67
Aset tetap	57.5	242	4.21
Jumlah usaha	0.8	1.2	1.5
Jumlah cabang	0.3	1.15	3.83
Jumlah pelanggan	44.6	61.75	1.38
Jumlah pemasok	5.45	7.2	1.32
Jumlah pinjaman	2.5	25	10

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa rata-rata profil bisnis dari usaha kecil secara keseluruhan mengalami kenaikan walaupun kenaikannya tidak terlalu besar dari periode *startup* ke periode *growth*. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa rata-rata pemilik usaha kecil dari ke 20 perusahaan, mengetahui keunggulan dan kelemahan usaha kecil, menjadi *entrepreneur* dalam membuka usaha baru yang diikuti dengan inovasi, serta menjadi pemimpin yang baik untuk perusahaannya. Contoh dalam menentukan penggunaan manager dan supervisor, pengedaan tenaga kerja, serta perluasan cabang usaha. Dimana semua itu memerlukan keahlian yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin dan *entrepreneur*.

Berdasarkan hasil analisa diatas diketahui bahwa rata-rata 20 perusahaan mengalami balik modal dalam waktu 19 bulan dan memasuki periode *growth* dengan persentase kenaikan 7.41%. Dari 20 perusahaan kebanyakan tidak menggunakan manager terlihat dari tabel di atas bahwa dalam periode *startup* ke periode *growth* penambahan rata-rata manager 1.29% atau tidak sampai 2. Begitu juga dengan supervisor persentase kenaikannya 1.42%. pada tenaga kerja rata-rata perusahaan memiliki 10 karyawan pada periode *startup* dan meningkat

1.25% pada periode *growth* menjadi 12 karyawan. Pada periode *startup* jumlah rata-rata produksi 20 perusahaan sebesar 1120 unit dan meningkat sebesar 2.32% pada periode *growth* yaitu 2600 unit. Rata-rata omzet dari ke 20 perusahaan pada periode *startup* yaitu 31 juta/bulan, memasuki periode *growth* rata-rata nya meningkat sebesar 1.75% menjadi 55 juta/bulan. Kenaikan rata-rata aset pada perusahaan kecil cukup besar yaitu 4.21% dari periode *startup* ke *growth*. Usaha yang di jalan kan oleh para pengusaha masih dalam kategori kecil maka jumlah usaha dan cabang yang dimiliki tidak terlalu banyak pada tabel terlihat rata-rata jumlah usaha 1 pada periode *startup* dengan kenaikan 1.5%. Sedangkan pada cabang usaha pada masa *startup* hampir tidak ada yang memiliki cabang usaha. Ketika periode *growth* baru ada kenaikan rata-rata dalam cabang usaha sebesar 3.83%. Untuk jumlah pemasok rata-rata pada periode *startup* sudah mempunyai 5 pemasok tapi ada beberapa perusahaan terutama yang bersifat informal atau produksi di rumah sendiri biasanya tidak menggunakan pemasok, dan meningkat menjadi 7 pemasok pada periode *growth*. Semakin lama rata-rata pinjaman yang dilakukan semakin besar rata-rata pada periode *startup* hanya berkisar 2,5 juta dan meningkat menjadi 25 juta pada periode *growth*, mengalami kenaikan 10%.

4.3.3. Analisa Deskriptif *Entrepreneurial Leadership Atribut*

Perhitungan Rumus Interval

$$\text{Rumus Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{N}$$

Keterangan:

Nilai Maksimum = Nilai Tertinggi dari Jawaban Responden,

Nilai Minimum = Nilai Terendah dari Jawaban Responden,

N = Jumlah kategori

$$\text{Rumus Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Range Penilaian

Dalam kategori sikap, range penelitian yang digunakan adalah :

- a. 1.00 – 1.80 : Sangat tidak setuju
- b. 1.81 – 2.60 : Tidak setuju
- c. 2.61 – 3.40 : Agak setuju
- d. 3.41 – 4.20 : Setuju
- e. 4.21 – 5.00 : Sangat setuju

Dalam kategori penilaian, range penelitian yang digunakan adalah :

- a. 1.00 – 1.80 : Sangat tidak setuju
- b. 1.81 – 2.60 : Tidak setuju
- c. 2.61 – 3.40 : Agak setuju
- d. 3.41 – 4.20 : Setuju
- e. 4.21 – 5.00 : Sangat setuju

1. Atribut *Innovativeness*

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan sikap dan penilaian terhadap *innovativeness* pemilik usaha kecil

Tabel 4.19. Statistik Deskriptif *Innovativeness*

Indikator	Sikap		Kategori	Penilaian		Kategori
	Mean	Std. Dev		Mean	Std. Dev	
Mencari sendiri ide-ide baru tentang produk dan proses-proses bisnis	4.25	1.02	Sangat setuju	4.45	0.887	Sangat setuju
Mendukung dan mendorong munculnya gagasan produk baru	4.45	0.759	Sangat setuju	4.6	0.598	Sangat setuju
Mendukung dan mendorong untuk mencoba proses-proses baru	4.35	0.813	Sangat setuju	4.35	0.813	Sangat setuju
Mendukung dan mendorong kreativitas bagi munculnya produk baru dan layanan baru	4.55	0.686	Sangat setuju	4.65	0.587	Sangat setuju
Rerata	4.4	0.82	Sangat setuju	4.51	0.72	Sangat setuju

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sikap pemilik usaha kecil terhadap *innovativeness* termasuk dalam kategori sangat setuju dengan rata-rata 4.4. Hal ini terutama pada sikap mendukung dan mendorong kreativitas bagi muncul nya produk baru adalah sangat setuju dengan *mean* 4.55 dan standart deviasi 0.686.

Pada penilaian pemilik usaha kecil terhadap *innovativeness* termasuk dalam kategori sangat setuju dengan rata-rata 4.51. Hal ini terutama pada penilaian mendukung dan mendorong kreativitas bagi muncul nya produk baru adalah sangat setuju dengan *mean* 4.65 dan standart deviasi 0.587.

Dengan demikian para pemilik usaha di sini telah melakukan fungsi *innovativeness* dengan semestinya seperti yang dikatakan Suryana (2007), sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah yang akan menjadi keunggulan. Keunggulan inilah yang menjadi daya saing yang diciptakan oleh para wirausaha. Contohnya seperti yang dilakukan oleh Alinda cake dimana memodifikasi kue kopyang yang hanya terbuat dari gandum, dengan menggunakan isi ikan dan daging.

2. Atribut *Risk Taking*

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan sikap dan penilaian terhadap *risk taking* pemilik usaha kecil.

Tabel 4.20. Statistik Deskriptif *Risk Taking*

Indikator	Sikap		Kategori	Penilaian		Kategori
	Mean	Std. Dev		Mean	Std. Dev	
Harus memikul resiko produk tidak laku jual	4.25	0.786	Sangat setuju	4.35	0.671	Sangat setuju
Harus memikul resiko perusahaan bakal ditutup	3.6	1.314	Setuju	3.95	0.999	Setuju
Harus memikul resiko kerugian financial	4.2	0.696	Setuju	4.2	0.834	Setuju

Tabel 4.20. Statistik Deskriptif *Risk Taking* (lanjutan)

Indikator	Sikap		Kategori	Penilaian		Kategori
	Mean	Std. Dev		Mean	Std. Dev	
Harus memikul resiko akan di jauhi oleh keluarga	2.1	1.518	Tidak setuju	2.5	1.539	Tidak setuju
Rerata	3.53	1.08	Setuju	3.75	1.01	Setuju

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Seorang wirausaha yang berani mengambil resiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik. Dalam situasi risiko dan ketidakpastian inilah wirausaha mengambil keputusan yang mengandung potensi kegagalan atau berhasil. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sikap pemilik usaha kecil terhadap *risk taking* termasuk dalam kategori setuju dengan rata-rata 3.53. Hal ini terutama pada sikap harus memikul resiko produk tidak laku jual adalah sangat setuju dengan mean 4.25 dan standart deviasi 0.786.

Pada penilaian pemilik usaha kecil terhadap *risk taking* termasuk dalam kategori setuju dengan rata-rata 3.75. Hal ini terutama pada penilaian harus memikul resiko produk tidak laku jual adalah sangat setuju dengan *mean* 4.35 dan standart deviasi 0.671. Jadi pemilik 20 perusahaan di sini sebagai pelaku kewirausahaan yang inovatif dan kreatif, hanya orang-orang demikian yang mampu mengambil tantangan dan resiko.

3. Atribut *Proactiveness*

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan sikap dan penilaian terhadap *proactiveness* pemilik usaha kecil.

Tabel 4.21. Statistik Deskriptif *Proactiveness*

Indikator	Sikap		Kategori	Penilaian		Kategori
	Mean	Std. Dev		Mean	Std. Dev	

Tabel 4.21. Statistik Deskriptif *Proactiveness* (lanjutan)

Indikator	Sikap		Kategori	Penilaian		Kategori
	Mean	Std. Dev		Mean	Std. Dev	
Orang pertama yang berbuat untuk mengamankan pangsa pasar	4	1.026	Setuju	4	1.17	Setuju
Melakukan tindakan antisipasi terhadap permintaan di masa dating	4.1	0.968	Setuju	3.9	1.119	Setuju
Berbuat lebih awal dan lebih cepat dari pesaing untuk mencapai sasaran	4.3	0.865	Sangat setuju	4.5	0.688	Sangat setuju
Melakukan tindak lanjut dari setiap eksekusi bisnis dalam mencapai sasaran perusahaan	4.25	0.967	Sangat setuju	4.15	1.04	Setuju
Rerata	4.16	0.95	Setuju	4.13	1.01	Setuju

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sikap pemilik usaha kecil terhadap *proactiveness* termasuk dalam kategori setuju dengan rata-rata 4.16. Hal ini terutama pada sikap berbuat lebih awal dan lebih cepat dari pesaing untuk mencapai sasaran adalah sangat setuju dengan mean 4.30 dan standart deviasi 0.865.

Pada penilaian pemilik usaha kecil terhadap *proactiveness* termasuk dalam kategori setuju dengan rata-rata 4.13. Hal ini terutama pada penilaian berbuat lebih awal dan lebih cepat dari pesaing untuk mencapai sasaran adalah sangat setuju dengan *mean* 4.50 dan standart deviasi 0.688. Atas sikap dan penilaian yang diberikan oleh ke 20 pemilik usaha terhadap *proactiveness*, diketahui bahwa pemilik melakukan *proactiveness* dengan semestinya, dengan kondisi perekonomian yang tidak menentu membuat para pemilik harus mengambil langkah inisiatif dan keputusan apa yang akan diambil, sesuai atas sikap yang dan penilaian yang mereka berikan terhadap *proactiveness*. Contoh seperti memilih bahan pokok yang digunakan untuk produksi apakah ada bahan alternatifnya.

4. Atribut *Competitive Aggressiveness*

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan sikap dan penilaian terhadap *competitive aggressiveness* pemilik usaha kecil.

Tabel 4.22. Statistik Deskriptif *Competitive Aggressiveness*

Indikator	Sikap		Kategori	Penilaian		Kategori
	Mean	Std. Dev		Mean	Std. Dev	
Melakukan serangan secara frontal untuk mengalahkan pesaing	2.5	1.318	Tidak setuju	2.8	1.322	Agak setuju
Bertindak cepat melakukan balasan terhadap perusahaan lain menyerang posisi pasarnya.	2.9	1.586	Agak setuju	2.9	1.553	Agak setuju
Menarget pangsa pasar lebih besar meski harus memotong harga maupun keuntungan/laba	3.35	1.348	Agak setuju	3.45	1.356	Setuju
Menganggarkan dana lebih besar dari pesaing untuk pemasaran, kualitas produk, & kapasitas pabrik agar pangsa pasar lebih besar	3.25	1.333	Agak setuju	3.5	1.192	Setuju
Rerata	3	1.34	Agak setuju	3.16	1.36	Agak setuju

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sikap pemilik usaha kecil terhadap *competitive aggressiveness* termasuk dalam kategori agak setuju dengan rata-rata 3. Hal ini terutama pada sikap menarget pangsa pasar lebih besar meski harus memotong harga maupun keuntungan/laba adalah agak setuju dengan *mean* 3.35 dan standart deviasi 1.348.

Pada penilaian pemilik usaha kecil terhadap *competitive aggressiveness* termasuk dalam kategori agak setuju dengan rata-rata 3.16. Hal ini terutama pada penilaian menganggarkan dana lebih besar dari pesaing untuk pemasaran, kualitas produk, & kapasitas pabrik agar pangsa pasar lebih besar adalah setuju dengan *mean* 3.50 dan standart deviasi 1.192.

5. Atribut *Autonomy*

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan sikap dan penilaian terhadap *Autonomy* pemilik usaha kecil.

Tabel 4.23. Statistik Deskriptif *Autonomy*

Indikator	Sikap		Kategori	Penilaian		Kategori
	Mean	Std. Dev		Mean	Std. Dev	
Berani frontal dalam bersaing menghadapi pendatang baru dan pemain lama.	3.45	1.099	Setuju	3.35	1.182	Agak setuju
Mandiri dalam mengambil keputusan agar konsep dan visi bisnis ke depan bisa diwujudkan	4.25	0.851	Sangat setuju	4.25	0.91	Sangat setuju
Menciptakan satuan kerja mandiri dan mengambil tindakan independen agar lebih efektif dalam mengatasi kesulitan	4.15	0.813	Setuju	4.1	0.788	Setuju
Mandiri dalam mengatasi kesulitan meski tidak ada dukungan dan koordinasi dari manajemen	3.9	1.41	Setuju	4.1	1.21	Setuju
Rerata	3.93	1.04	Setuju	3.95	1.02	Setuju

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sikap pemilik usaha kecil terhadap *autonomy* termasuk dalam kategori setuju dengan rata-rata 3.93. Hal ini terutama pada sikap mandiri dalam mengambil keputusan agar konsep dan visi bisnis ke depan bisa diwujudkan adalah sangat setuju dengan *mean* 4.25 dan standart deviasi 0.851.

Pada penilaian pemilik usaha kecil terhadap *autonomy* termasuk dalam kategori setuju dengan rata-rata 3.95. Hal ini terutama pada penilaian mandiri dalam mengambil keputusan agar konsep dan visi bisnis ke depan bisa diwujudkan adalah sangat setuju dengan *mean* 4.25 dan standart deviasi 0.910.

4.3.3.1. Kategori Sikap Dan Penilaian *Entrepreneurial Leadership* Pemilik Perusahaan

Tabel 4.24. *Entrepreneurial Leadership* Atribut (Sikap & Penilaian)

Keterangan	Sikap			Penilaian		
	Mean	Std. Dev	Kategori	Mean	Std.Dev	Kategori
<i>Innovativeness</i>	4.4	0.82	Sangat setuju	4.51	0.72	Sangat setuju
<i>Risk Taking</i>	3.53	1.08	Setuju	3.75	1.01	Setuju
<i>Proactiveness</i>	4.16	0.95	Setuju	4.13	1.01	Setuju
<i>Competitive Agresiveness</i>	3	1.34	Agak setuju	3.16	1.36	Agak setuju
<i>Autonomy</i>	3.93	1.04	Setuju	3.95	1.02	Setuju
Total mean	3.804		Setuju	3.9		Setuju

Sumber : Data Primer yang sudah diolah

Dari hasil analisa di atas diketahui bahwa *mean* tertinggi ada pada sikap *innovativeness* pemilik usaha kecil dengan *mean* 4.4 yang artinya termasuk dalam kategori sangat setuju. Dengan variable tertinggi mendukung dan mendorong kreativitas bagi munculnya produk baru dan layanan baru dengan *mean* 4.55. Sedangkan sikap terendah dari *entrepreneurial leadership* atribut ada pada *competitive aggressiveness* yaitu agak setuju, dengan indikator melakukan serangan secara frontal untuk mengalahkan pesaing dengan *mean* 2.50.

Untuk penilaian *entrepreneurial leadership* atribut, *innovativeness* merupakan yang tertinggi dengan *mean* 4.51 yang artinya termasuk dalam kategori sangat setuju. Dengan variabel tertinggi pada mendukung dan mendorong kreativitas bagi munculnya produk baru dan layanan baru dengan *mean* 4.45. Penilaian terendah ada pada *competitive agresiveness* dengan variabel melakukan serangan secara frontal untuk mengalahkan pesaing dengan *mean* 2.80.

Dengan demikian diketahui bahwa para pemilik usaha mengembangkan *entrepreneurial leadership*, dimana pemilik mengatur pengoprasian harian dan melakukan kontrol, mempercayai apa yang telah dilakukan, mengantisipasi terhadap sesuatu yang akan terjadi, serta melakukan pandangan ke depan. Terlihat dari *entrepreneurial leadership* atribut pemilik atas *innovativeness*, *risk taking*, *proactiveness*, *competitive aggressiveness*, dan *autonomy*. Terdapat kesesuaian

antara sikap dan penilaian yang diberikan oleh pemilik usaha yaitu dalam kategori setuju.

4.3.3.2. Crosstab Sikap Dan Penilaian *Entrepreneurial Leadership* Atribut Pemilik

1. Sikap

Tabel 4.25. Tabulasi Silang Antara Sikap *Innovativeness* Dengan Sikap *Risk Taking*

		Sikap <i>Risk Taking</i>					
		Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total	
Sikap <i>innovativeness</i>	Agak Setuju	count	1	0	1	0	2
	Setuju	count	0	4	0	1	5
	Sangat Setuju	count	2	2	7	2	13
Total		count	3	6	8	3	20
Nilai Signifikansi = 0.084							
Koefisien Korelasi = 0.240							

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pemilik usaha kecil dengan sikap *inovativeness* yang sangat setuju memiliki *sikap risk taking* setuju sebanyak 7 orang. Dengan nilai signifikansi 0.084 yang artinya tidak ada hubungan antara sikap *innovativeness* dengan sikap *risk taking*. Koefisien korelasi 0.240 yang artinya terdapat hubungan yang lemah antara sikap *innovativeness* dengan sikap *risk taking*.

Tabel 4.26. Tabulasi Silang Antara Sikap *Innovativeness* Dengan Sikap *Proactiveness*

		Sikap <i>Proactiveness</i>				
		Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total

Tabel 4.26. Tabulasi Silang Antara Sikap *Innovativeness* Dengan Sikap *Proactiveness* (lanjutan)

			Sikap <i>Proactiveness</i>				
			Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Sikap <i>innovativeness</i>	Agak Setuju	count	1	0	0	1	2
	Setuju	count	0	0	5	0	5
	Sangat Setuju	count	1	1	1	10	13
Total		count	2	1	6	11	20
Nilai Signifikansi = 0.004							
Koefisien Korelasi = 0.368							

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa terdapat 10 pemilik usaha kecil yang menyatakan sangat setuju terhadap *innovativeness* dan juga sangat setuju terhadap *proactiveness*. Dengan nilai signifikansi 0.004 yang artinya terdapat hubungan antara sikap *innovativeness* dengan sikap *proactiveness*. Koefisien korelasi 0.368 artinya sikap *innovativeness* memiliki hubungan yang lemah terhadap sikap *proactiveness*. Seorang pemilik yang memiliki sikap inovasi dan kreatifitas juga merupakan pemilik yang mempunyai inisiatif apakah yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya.

Tabel 4.27. Tabulasi Silang Antara Sikap *Risk Taking* Dengan Sikap *Proactiveness*

			Sikap <i>Proactiveness</i>				
			Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Sikap <i>Risk taking</i>	Tidak Setuju	count	1	0	1	1	3
	Agak Setuju	count	0	1	4	1	6

Tabel 4.27. Tabulasi Silang Antara Sikap *Risk Taking* Dengan Sikap *Proactiveness* (lanjutan)

		Sikap <i>Proactiveness</i>					
		Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total	
	Setuju	count	1	0	0	7	8
	Sangat Setuju	count	0	0	1	2	3
Total		count	2	1	6	11	20
Nilai Signifikansi = 0.141							
Koefisien Korelasi = 0.381							

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pemilik usaha kecil dengan sikap *risk taking* yang setuju memiliki sikap *proactiveness* sangat setuju sebanyak 7 orang. Dengan nilai signifikansi 0.141 yang artinya tidak adanya hubungan antara sikap *risk taking* dengan *proactiveness*. Koefisien korelasi 0.381 yang artinya sikap *risk taking* memiliki hubungan yang lemah terhadap sikap *proactiveness*

Tabel 4.28. Tabulasi Silang Antara Sikap *Competitive Aggresiveness* Dengan Sikap *Autonomy*

		Sikap <i>Autonomy</i>					
		Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total	
Sikap <i>Competitive Aggresiveness</i>	Sangat Tidak Setuju	count	0	0	1	1	2
	Tidak Setuju	count	0	0	5	0	5
	Agak Setuju	count	1	1	2	3	7
	Setuju	count	1	1	0	0	2
	Sangat Setuju	count	0	0	1	3	4
Total		count	2	2	9	7	20
Nilai Signifikansi = 0.103							
Koefisien Korelasi = 0.041							

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pemilik usaha kecil dengan sikap *competitive aggressiveness* yang tidak setuju memiliki sikap *autonomy* setuju sebanyak 5 orang. Dengan nilai signifikansi 0.103 yang artinya tidak adanya hubungan antara sikap *competitive aggressiveness* dengan *autonomy*. Koefisien korelasi 0.041 yang artinya terdapat hubungan yang sangat lemah antara *competitive aggressiveness* dengan *autonomy*. Pemilik yang mempunyai sikap daya saing yang tinggi tidak memiliki hubungan dengan sikap mandiri dalam pengambilan keputusan, mandiri dalam mengatasi kesulitan.

2. Penilaian

Tabel 4.29. Tabulasi Silang Antara Penilaian *Innovativeness* Dengan Penilaian *Risk Taking*

		Penilaian <i>Risk Taking</i>					
		Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total	
Penilaian <i>Innovativeness</i>	Agak Setuju	count	0	1	0	0	1
	Setuju	count	1	2	0	2	5
	Sangat Setuju	count	1	2	8	3	14
Total		count	2	5	8	5	20
Nilai Signifikansi = 0.220							
Koefisien Korelasi = 0.245							

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pemilik usaha kecil dengan penilaian *innovativeness* yang sangat setuju memiliki penilaian *risk taking* setuju sebanyak 8 orang dan sangat setuju 3 orang. Dengan nilai signifikansi 0.220 yang artinya tidak adanya hubungan antara penilaian *innovativeness* dengan penilaian *risk taking*. Koefisien korelasi 0.245 yang artinya terdapat hubungan yang lemah antara *innovativeness* dengan *risk taking*.

Tabel 4.30. Tabulasi Silang Antara Penilaian *Innovativeness* Dengan Penilaian *Proactiveness*

		Penilaian <i>Proactiveness</i>					
		Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total	
Penilaian <i>Innovativeness</i>	Agak Setuju	count	0	1	0	0	1
	Setuju	count	0	1	2	2	5
	Sangat Setuju	count	1	1	4	8	14
Total		count	1	3	6	10	20
Nilai Signifikansi = 0.310							
Koefisien Korelasi = 0.271							

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa terdapat 8 pemilik usaha kecil yang menyatakan sangat setuju terhadap *innovativeness* dan juga sangat setuju terhadap *proactiveness*. Dengan nilai signifikansi 0.310 yang artinya tidak ada hubungan antara penilaian *innovativeness* dengan penilaian *proactiveness* dan koefisien korelasi 0.271 yang artinya memiliki hubungan yang lemah.

Tabel 4.31. Tabulasi Silang Antara Penilaian *Innovativeness* Dengan Penilaian *Autonomy*

		Penilaian <i>Autonomy</i>					
		Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total	
Penilaian <i>Innovativeness</i>	Agak Setuju	count	1	0	0	0	1
	Setuju	count	0	1	3	1	5
	Sangat Setuju	count	0	2	6	6	14
Total		count	1	3	9	7	20
Nilai Signifikansi = 0.002							
Koefisien Korelasi = 0.494							

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pemilik usaha kecil dengan penilaian *innovativeness* yang sangat setuju memiliki penilaian *autonomy* setuju sebanyak 6 orang dan sangat setuju 6 orang. Dengan nilai signifikansi 0.002 yang artinya terdapat hubungan antara penilaian *innovativeness* dengan penilaian *autonomy* karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Dengan koefisien korelasi 0.494 yang artinya memiliki hubungan yang lemah karena dibawah 1%.

Tabel 4.32. Tabulasi Silang Antara Penilaian *Proactiveness* Terhadap Penilaian *Autonomy*

			Penilaian <i>Autonomy</i>				Total
			Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Penilaian <i>Proactiveness</i>	Tidak Setuju	count	0	0	0	1	1
	Agak Setuju	count	1	0	2	0	3
	Setuju	count	0	3	2	1	6
	Sangat Setuju	count	0	0	5	5	10
Total		count	1	3	9	7	20
Nilai Signifikansi = 0.047							
Koefisien Korelasi = 0.305							

Sumber : Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pemilik usaha kecil dengan penilaian *proactiveness* yang sangat setuju memiliki penilaian *autonomy* setuju 5 orang dan sangat setuju 5 orang. Dengan nilai signifikansi 0.047 yang artinya terdapat hubungan antara penilaian *proactiveness* dengan penilaian *autonomy*. Dengan koefisien korelasi 0.305 artinya memiliki hubungan yang lemah. Pemilik yang memiliki *proactiveness* juga seorang pemilik yang *autonomy*, memiliki kesamaan dalam hal kemandirian atau inisiatif yang diambil sendiri oleh pemilik. Apakah itu inisiatif di *autonomy* atau di *proactiveness*.

4.4. Pembahasan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat berdasarkan latar belakang pendidikan dan demografi. Pada latar belakang pendidikan terlihat

pemilik usaha kecil industri makanan dan minuman di Jawa Timur mayoritas perempuan dengan lulusan universitas Widya Mandala yang menempuh jenjang studi S-1 yaitu sebanyak 18 orang. Sedangkan program studi dari ke 20 pemilik usaha kecil beraneka ragam, paling banyak pada akuntansi dan ekonomi. Para pemilik usaha telah melakukan proses *entrepreneurship* dalam industri makanan dan minuman yang mengarah kepada *entrepreneurial leadership*.

Pada latar belakang demografi diketahui pemilik usaha terdiri dari 9 laki-laki dan 11 perempuan, jenjang usia yang paling banyak ditemukan dari 20 pemilik usaha berada pada usia 25 th – 35 th. Mayoritas para responden memiliki orientasi budaya Tionghoa, dengan meneruskan usaha yang telah di rintis oleh orang tua mereka dengan berwiraswasta. Diketahui bahwa terdapat 11 perempuan dari 20 responden semuanya telah menikah, artinya perempuan relatif menikah dalam usia yang cukup muda.

Dari analisa profil bisnis di 20 perusahaan, paling banyak usaha kecil makanan dan minuman terdapat di kota Surabaya. Dengan skala usaha yang relatif kecil para pemilik usaha masih banyak yang melakukan produksi dan penjualan di rumah sendiri, ada 8 perusahaan yang berlokasi di rumah sendiri. Namun ada juga perusahaan dengan jumlah karyawan yang banyak, memiliki cabang usaha, melakukan produksi masak yang besar, mempunyai ruko/rukan sendiri dengan jumlah 5 perusahaan. Untuk badan usaha pada usaha kecil masih banyak yang berbadan informal dan UD terutama yang berlokasi di kota Surabaya. Usaha yang dilakukan oleh para pemilik bergerak di bidang makanan dan minuman erat kaitannya dengan pelayanan langsung kepada konsumen, mayoritas dari 20 perusahaan melakukan *business to consumer* yaitu sebanyak 17 perusahaan.

Pada aspek profil bisnis usaha kecil ditinjau dari balik modal rata-rata perusahaan balik modal dalam waktu 19 bulan dan rata-rata memasuki periode *growth* selama 11 tahun, mengingat banyak nya perusahaan yang berdiri sejak lama dan diteruskan oleh generasi berikutnya. Skala usaha yang masih kecil membuat para pemilik tidak menggunakan manager dan supervisor hanya ada beberapa perusahaan saja yang menggunakan manager, dengan rata-rata jumlah manager tidak sampai 2. Begitu juga dengan tenaga kerja rata-rata pertambahannya relatif kecil dari periode awal hingga periode *growth* terlihat dari analisa pada

periode *growth* sebesar 12 orang. Untuk jumlah produksi dan omset semua perusahaan mengalami peningkatan dari periode awal hingga periode *growth*, dalam periode *growth* terjadinya peningkatan rata-rata produksi di 20 perusahaan sebesar 2.32%. Mengingat usaha yang dilakukan dalam kategori kecil maka jumlah usaha dan cabang dari 20 perusahaan memiliki penambahan rata-rata yang kecil pada periode awal hingga periode *growth* yaitu sebesar 1.5% pada jumlah usaha dan 3.83% pada cabang usaha.

Setelah dilakukan analisa terhadap sikap dan penilaian tentang *entrepreneurial leadership* dari 20 pemilik usaha kecil diperoleh hasil bahwa keduanya berada dalam kategori setuju, dimana adanya kesesuaian antara sikap dan penilaian yang diberikan oleh pemilik usaha kecil. Pada *innovativeness* para pemilik menyatakan sikap dan penilaian sangat setuju, indikator terbesar untuk sikap *innovativeness* yaitu mendukung dan mendorong kreativitas bagi munculnya produk baru dan layanan baru dengan *mean* 4.55 sedangkan indikator terbesar pada penilaian *innovativeness* yaitu mendukung dan mendorong kreativitas bagi munculnya produk baru dan layanan baru dengan *mean* 4.65. Terlihat bahwa adanya kesamaan antara sikap dan penilaian yang diberikan oleh para pemilik perusahaan terhadap *innovativeness*. Setelah dilakukan analisa antar atribut *entrepreneurial leadership* sikap dan penilaian, ditemukan pemilik yang menyatakan sangat setuju dalam sikap *inovativeness* juga sangat setuju dalam sikap *proactiveness*, artinya pemimpin yang *inovatif* juga seorang pemimpin yang *proactive*.