

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Panel Study of Entrepreneurship Dynamics II

2.1.1.1 Sejarah Singkat Panel Study of Entrepreneurship Dynamics

Proyek ini berakar dari sebuah studi yang dilakukan di daerah Wisconsin pada tahun 1993 dengan tujuan untuk meneliti para wirausahawan yang mendapatkan dukungan keuangan dari pemerintah setempat melalui Wisconsin Housing and Economic Development Authority. Desain fundamental pada studi ini terletak pada proses pemilihan sampel yang dapat merepresentasikan keseluruhan populasi wirausahawan yang ada guna menemukan individu-individu yang sedang terlibat di dalam penciptaan suatu usaha baru, mendapatkan informasi terperinci mengenai upaya-upaya yang mereka lakukan, serta melakukan wawancara lanjutan untuk mendapatkan gambaran yang sebenarnya. Inisiatif mengenai hal tersebut terbukti berhasil, bahkan Pusat Penelitian dan Survei (Survey Research Center) milik University of Michigan menerapkan metodologi yang sama serta memperluas proyek tersebut terhadap sampel yang dapat merepresentasikan keseluruhan populasi rumah tangga yang terdapat di seluruh Amerika Serikat pada tahun 1996. Kemampuan dalam menghasilkan sampel yang dapat mewakili keseluruhan populasi wirausahawan yang terdapat di Amerika Serikat serta sedang berpartisipasi di dalam penciptaan suatu usaha baru adalah karakteristik dasar dari proyek penelitian ini. Sampel dengan bobot yang tepat serta mampu untuk merepresentasikan keseluruhan wirausahawan yang terdapat di Amerika Serikat dapat digunakan untuk membuat suatu perhitungan dan estimasi yang tepat mengenai keseluruhan populasi wirausahawan yang terdapat di Amerika Serikat. Oleh karena itu, menurut Reynolds (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) pengumpulan data yang didasarkan terhadap karakteristik sosiodemografis dasar merupakan salah satu bagian penting yang harus dilakukan di dalam prosedur seleksi awal, di mana 64,000 responden ditanyai apakah mereka secara pribadi sedang berpartisipasi di dalam penciptaan suatu usaha baru. Desain penelitian ini semakin menegaskan keandalannya, hal ini

kemudian mengarah terhadap pembentukan Entrepreneurial Research Consortium, yang mengumpulkan lebih dari 120 akademisi dari 34 pusat penelitian yang mempelajari tentang kewirausahaan. Mengutip dari Curtin dan Reynolds (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) konsorsium ini memberikan dukungan finansial untuk menjalankan penelitian Panel Study of Entrepreneurial Dynamics yang pertama (PSED I) pada tahun 1988.

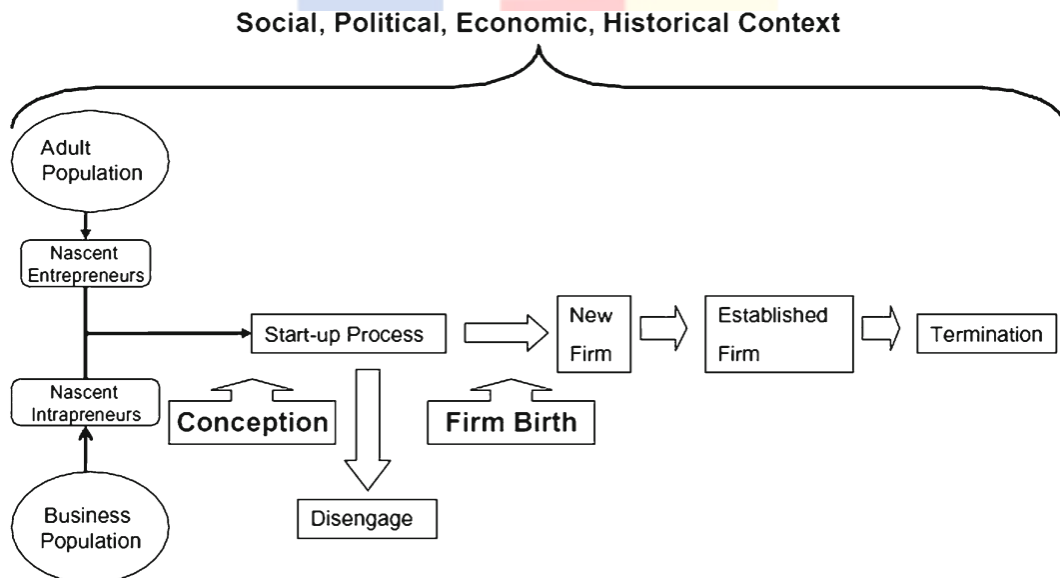
2.1.1.2 Tujuan Panel Study of Entrepreneurial Dynamics

Menurut Reynolds dan Curtin (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) proyek penelitian PSED adalah sumber daya yang kuat guna meningkatkan pemahaman akademis mengenai proses penciptaan suatu usaha baru, serta memiliki fokus utama secara langsung terhadap perkembangan suatu bisnis baru selama masa pertumbuhan mereka. Reynolds (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) mengemukakan bahwa tujuan mendasar dari proyek penelitian ini adalah untuk mengetahui dari mana perusahaan-perusahaan baru berasal, atau dengan kata lain, mengkaji proses-proses yang mengarah kepada penciptaan suatu usaha baru. Oleh karena itu, mengutip dari Reynolds dan Curtin (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) PSED memiliki fokus utama mengenai tahap awal yang terdapat di dalam proses penciptaan suatu usaha, memberikan informasi baru yang dapat menjelaskan mengenai proses kewirausahaan. Laporan ini dirancang guna dapat memberikan data longitudinal yang andal serta sistematis mengenai tahun-tahun awal pada proses kewirausahaan. Hal utama yang membedakan PSED dengan studi lainnya adalah proyek ini mengidentifikasi secara langsung individu-individu yang sedang terlibat di dalam proses penciptaan suatu usaha baru untuk memperoleh informasi yang dapat digeneralisasi dari mereka mengenai karakteristik yang terdapat pada proses tersebut, populasi yang sedang terlibat, serta aktivitas dan atribut lain dari suatu usaha yang baru terbentuk. Gartner dan kawan-kawan (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) mengatakan bahwa model pada penelitian ini menggabungkan pengetahuan teoritis tentang karakteristik demografi dan kognitif para wirausahawan, pengenalan peluang,

pembentukan tim, jaringan, dan sumber daya yang menjadi bagian dari proses kewirausahaan, serta karakteristik lingkungan yang dapat mengondisikan keseluruhan proses tersebut.

2.1.1.3 Model Penelitian Panel Study of Entrepreneurship Dynamics

Menurut Reynolds dan Curtin (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013), desain penelitian pada proyek ini didasarkan terhadap suatu asumsi bahwa efek yang dimiliki oleh faktor-faktor kontekstual (kondisi makroekonomi, ketersediaan program pemerintah, iklim usaha, keberadaan lembaga keuangan terdekat, dukungan keluarga dan teman, pidato oleh politisi) berpengaruh terhadap kemunculan suatu usaha baru yang dimoderasi di dalam tindakan langsung para wirausahawan. Oleh karena itu, desain penelitian pada proyek ini dapat mencerminkan pandangan secara umum mengenai kumpulan proses yang terdapat di dalam penciptaan suatu usaha baru secara keseluruhan. Ilustrasi secara ringkas mengenai hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 *Business Life Course and Context*

Reynolds dan Curtin (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013)

Melalui pendekatan ini, suatu individu melalui transisi yang pertama ketika mereka dianggap melakukan beberapa tindakan yang ditujukan guna menciptakan suatu usaha baru. Individu tersebut dapat melakukan tindakan ini atas kehendak mereka sendiri atau sebagai bagian dari peran mereka di dalam suatu usaha yang sudah ada. Mengutip dari Reynolds dan Curtin (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) orang-orang yang berasal dari keseluruhan populasi dewasa yang memutuskan untuk menciptakan suatu usaha baru dianggap sebagai wirausahawan pemula dan mereka yang melakukan hal yang sama di dalam suatu usaha yang sudah ada disebut sebagai *intrapreneur* pemula. Menurut Reynolds dan Curtin (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) di dalam proyek PSED, seorang wirausahawan pemula yang aktif didefinisikan sebagai seseorang yang (a) menganggap dirinya sedang berpartisipasi di dalam proses penciptaan suatu usaha baru; (b) telah terlibat di dalam beberapa perilaku yang ditujukan untuk menciptakan suatu usaha baru—seperti mencari pinjaman dari bank, menyiapkan rencana bisnis, mencari lokasi usaha, atau melakukan tindakan serupa lainnya; (c) diharapkan memiliki bagian di dalam usaha baru yang sedang didirikannya; (d) usaha baru tersebut belum menjadi suatu bisnis atau perusahaan yang sudah beroperasi. Lebih lanjut, di dalam proses pembentukan suatu usaha baru selalu terdapat dua kemungkinan hasil, yaitu penciptaan usaha baru atau penarikan usaha. Suatu usaha atau perusahaan baru dapat didefinisikan sebagai sebuah bisnis yang mampu untuk memberikan keuntungan serta mempengaruhi harga dan kuantitas barang yang diperdagangkan di pasar. Setelah suatu usaha lahir, usaha tersebut dianggap sebagai sebuah usaha baru untuk suatu jangka waktu tertentu, sebelum bertransformasi menjadi usaha yang lebih mapan. Ketika utilitas ekonomi dari suatu usaha tersebut menurun, maka aktivitasnya akan terhenti. Reynolds dan Curtin (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) mengemukakan bahwa seluruh proses penciptaan suatu usaha baru berlangsung di dalam konteks sosial, politik, ekonomi, serta sejarah tertentu.

2.1.1.4 Hasil Pilihan dari Panel Study of Entrepreneurial Dynamics

Menggabungkan data yang berasal dari PSED I dan PSED II ($N = 2,044$), pada analisis awal menunjukkan bahwa sekitar 30 persen dari keseluruhan inisiatif yang ada mengenai usaha yang baru lahir adalah perusahaan keluarga. Inisiatif yang dimaksud tersebut didirikan oleh tim yang berasal dari pasangan suami-istri atau tim yang dikendalikan oleh setidaknya 50 persen ikatan kekerabatan. Lebih lanjut, dalam mengkaji perspektif keluarga mengenai perusahaan rintisan baru yang didirikan oleh wirausahawan pemula, dengan mempertimbangkan motivasi pribadi yang berkaitan dengan keluarga, wirausahawan pemula memberikan penilaian tertinggi terhadap fleksibilitas yang lebih besar dalam hidup, diikuti oleh membangun suatu usaha yang dapat diwariskan kepada anak-anak mereka sehingga dapat melanjutkan tradisi keluarga yang ada. Sekitar 52 persen dari keseluruhan responden yang ada melaporkan bahwa orang tua mereka memiliki suatu usaha, dan sekitar 48 persen dari keseluruhan responden yang ada mengatakan bahwa mereka bekerja di dalam perusahaan keluarga mereka tersebut baik secara paruh waktu maupun penuh waktu. Ilustrasi secara sederhana mengenai hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.2.

Menganalisis data mengenai pendanaan di antara keseluruhan responden yang terdapat di dalam PSED II, ditemukan beberapa informasi yang cukup mengenai akses terhadap pendanaan awal. PSED II digunakan untuk menganalisis hal ini karena mampu untuk membedakan pendanaan yang diterima oleh suatu perusahaan rintisan sebelum didaftarkan sebagai sebuah entitas hukum dan sesudah didaftarkan sebagai sebuah entitas hukum. Dalam hal ini, peneliti hanya akan menganalisis data mengenai perusahaan rintisan yang belum didaftarkan sebagai sebuah entitas hukum karena terdapat kekhasan tambahan.

Rata-rata dana yang dipinjamkan oleh keluarga sebelum suatu usaha yang baru lahir didaftarkan sebagai suatu entitas hukum diperkirakan adalah sebesar \$3.576,72 (sekitar Rp56 juta) dengan standar deviasi sebesar \$44.418,75 (sekitar Rp696 juta). Lebih lanjut, dari keseluruhan sumber pendanaan yang ada (misalnya keluarga, teman, karyawan, rekan kerja, kartu kredit, pinjaman pribadi, hipotek kedua, pinjaman mobil), sekitar delapan persen (termasuk pencilan) dan sekitar 30 persen (tidak termasuk pencilan) perusahaan rintisan yang baru lahir tersebut

mendapatkan sumbangan pendanaan awal dari anggota keluarga. Secara keseluruhan, teman, keluarga, dan pendiri tradisional, termasuk kartu kredit, menyumbang 63 persen dari keseluruhan sumber pendanaan yang ada untuk sampel ini, dengan dana pribadi mencapai 48,4 persen.

Selain itu, data tersebut menyoroti perbedaan yang cukup besar mengenai jumlah pendanaan yang diterima oleh anggota keluarga untuk suatu usaha yang baru lahir. Pada sampel ini, jumlah dari keseluruhan dana yang telah disumbangkan oleh keluarga kepada perusahaan rintisan adalah sekitar \$4,3 juta (sekitar Rp67,4 miliar). Ketika ditanya mengenai investasi terbesar yang pernah dilakukan oleh seorang anggota keluarga, beberapa usaha yang baru lahir melaporkan menerima pinjaman awal sebesar \$1,4 juta (sekitar Rp22 juta) dari keluarga, sementara yang lainnya hanya menerima sekecil \$12 (sekitar Rp188 ribu). Lebih lanjut, dari keseluruhan 1,214 usaha yang baru lahir yang terdapat di dalam analisis ini, 1,016 (83,7 persen) melaporkan tidak menerima pendanaan awal yang bersumber dari keluarga, sementara 172 (14,2 persen) melaporkan menerima pendanaan awal yang berasal dari keluarga (26 usaha yang baru lahir lainnya tidak menjawab). Secara keseluruhan, data ini tampaknya mengkonfirmasi temuan yang terdapat pada penelitian sebelumnya (misalnya yang dilakukan oleh Aldrich dan Ruef (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013)) yang menunjukkan bahwa meskipun memiliki jumlah yang cukup berarti (yaitu sekitar 14,2 persen kontribusi pembiayaan mikro pada tahap awal penciptaan suatu usaha baru diperoleh dari anggota keluarga), kemampuan dan pengaruh motivasional yang dimiliki oleh ikatan relasional yang kuat antara anggota keluarga terhadap wirausahawan pemula tidak selalu berbentuk dalam dukungan finansial.

Sehubungan dengan jumlah total pendanaan awal yang diterima, ketika ditanya, *“What is the dollar amount provided that came from personal loans received by (you/[NAME]) from (your/their) family members and relatives before the business was registered?”* jumlah pinjaman yang dilaporkan adalah sebesar \$4,25 juta (sekitar Rp66,6 miliar). Lebih lanjut, ketika ditanya, *“What is the dollar amount of the debts that are in personal loans from spouses, family members, or other kin of the start-up team of the new business after it was registered?”* jumlah yang dilaporkan adalah sekitar \$69.000 (sekitar Rp1,1 miliar). Perbedaan ini

kemudian diperkuat sebagian ketika salah satu dari usaha yang baru lahir tersebut menerima pinjaman sebesar \$1,4 juta (sekitar Rp22 miliar) sebelum usaha tersebut didaftarkan sebagai sebuah entitas hukum. Meskipun demikian, tanpa memperhatikan besaran nilai pencilan yang ada, jumlah pendanaan yang berasal dari anggota keluarga sebelum suatu usaha yang baru lahir didaftarkan sebagai sebuah entitas hukum tetap patut untuk diperhatikan. Ilustrasi secara ringkas mengenai hal ini dengan mengecualikan nilai pencilan dapat dilihat pada Gambar 2.3.

Hal ini menimbulkan kemungkinan yang menarik. Secara khusus, mungkin saja semakin lama suatu usaha yang baru lahir menjadi mapan, maka semakin besar kemungkinan suatu usaha yang baru lahir tersebut untuk memperoleh legitimasi di mata para pemangku kepentingan yang berada di luar keluarga wirausahawan pemula tersebut. Oleh karena itu, temuan ini mungkin menyarankan agar para wirausahawan pemula dapat segera mengalihkan perhatian mereka kepada sumber pendanaan yang lebih formal atau yang bukan berasal dari keluarga guna menggantikan sumber pendanaan awal yang berasal dari keluarga pada tahap awal proses penciptaan suatu usaha baru.

	Start-up team ownership: Family vs. others ^a	Greater flexibility in life ^b	Continue family tradition ^b	Build business kids can inherit ^b	Parents self-employed or owned business	Nascent entrepreneur worked in parents business ^c
N	Valid 2,044	1,769	1,770	1,765	2,016	1,045
	Missing 0	275	274	279	28	999
Mean	1.8948	3.84	1.70	2.60	0.52	0.6574
Median	1.0000	4.00	1.00	2.00	1.00	No 0.52 PT 0.30 FT 0.18
Standard deviation	1.13339	1.221	1.229	1.539	0.500	0.0000 0.76399
Minimum	1	1	1	1	0	0
Maximum	4	5	5	5	1	2

^a 1 = sole proprietor, 2 = spousal pair, 3 = family team controlled > 50%, 4 = other team.

^b Response scale prompt: To what extent was that important? 1 = no extent, 2 = a little, 3 = some, 4 = a great extent, 5 = a very great extent.

^c Responses include: 0 = not worked, 1 = worked part-time, 2 = worked full-time. To calculate 48% worked in parent's business, full and part time were merged

Gambar 2.2 Results of Selected Data from PSED I and II
(Matthews, Hechavarria, & Schenkel, 2012, hal. 17)

	Personal funds	Family funds	Friend funds	Credit cards	Personal bank loans	Asset bucked funds	Other	Total money by wave A
Start-up team ownership								
Sole proprietorships								
Mean	\$18,585.63	\$3,693.83	\$1,973.64	\$698.32	\$8,602.46	\$7,696.04	\$473.04	\$40,654.91
Median	\$1,500.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$2,000.00
Standard deviation	\$203,559.77	\$56,140.51	\$39,553.64	\$5,522.57	\$157,794.87	\$157,537.97	\$11,777.40	\$520,987.81
Minimum	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Maximum	\$5,000,000.00	\$1,400,000.00	\$1,000,000.00	\$100,000.00	\$4,000,000.00	\$4,000,000.00	\$300,000.00	\$13,000,000.00
Sum	\$1,783,290.00	\$2,397,294.00	\$1,286,812.00	\$457,397.00	\$5,600,200.00	\$5,040,905.00	\$307,000.00	\$26,872,898.00
N	634	649	652	655	651	655	649	661
Percent of total sum	43.85	8.92	4.79	1.70	20.84	18.76	1.14	100.00
Spousal pair								
Mean	\$15,922.69	\$1,396.76	\$414.64	\$735.80	\$6,244.70	\$689.39	\$0.00	\$24,536.32
Median	\$3,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$4,000.00
Standard deviation	\$50,384.37	\$7,803.06	\$3,052.56	\$4,032.89	\$40,487.08	\$3,332.37	\$0.00	\$71,798.91
Minimum	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Maximum	\$500,000.00	\$80,000.00	\$30,000.00	\$55,000.00	\$600,000.00	\$24,000.00	\$0.00	\$760,000.00
Sum	\$4,076,208.00	\$365,950.00	\$109,050.00	\$194,250.00	\$1,648,600.00	\$182,000.00	\$0.00	\$6,575,733.00
N	256	262	263	264	264	264	263	268
Percent of total sum	61.99	5.57	1.66	2.95	25.07	2.77	0.00	100.00

Family team >50%	Mean	\$34,167.93	\$4,905.05	\$199.09	\$893.35	\$20,728.23	\$5,721.06	\$5.38	\$65,145.73
	Median	\$3,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$4,500.00
	Standard deviation	\$88,444.44	\$20,001.79	\$1,331.33	\$5,311.21	\$103,702.46		\$30,559.66	\$182,135.15
	Minimum	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
	Maximum	\$500,000.00	\$150,000.00	\$10,500.00	\$50,000.00	\$900,000.00	\$250,000.00	\$250,000.00	\$500.00
	Sum	\$3,143,450.00	\$456,170.00	\$18,515.00	\$83,975.00	\$1,948,454.00	\$537,780.00	\$537,780.00	\$500.00
	N	92	93	93	94	94	94	94	93
	Percent of total sum	50.79	7.37	0.30	1.36	31.48	8.69	0.01	100.00
	Mean	\$31,674.14	\$5,596.39	\$2,824.06	\$2,477.99	\$4,511.41	\$12,511.89	\$3,474.19	\$60,995.81
	Median	\$3,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Standard deviation	\$115,232.43	\$36,572.87	\$33,201.68	\$14,093.34	\$23,092.32	\$133,281.24	\$37,472.73	\$206,770.61	
Minimum	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	
Maximum	\$1,300,000.00	\$450,000.00	\$450,000.00	\$160,000.00	\$250,000.00	\$1,800,000.00	\$500,000.00	\$2,050,000.00	
Sum	\$5,796,367.00	\$1,029,735.00	\$519,627.00	\$455,950.00	\$830,100.00	\$2,314,700.00	\$642,725.00	\$11,589,204.00	
N	183	184	184	184	184	185	185	190	
Percent of total sum	50.02	8.89	4.48	3.93	7.16	19.97	5.55	100.00	
Total	Mean	\$21,286.97	\$3,576.72	\$1,622.49	\$995.47	\$8,405.16	\$6,740.72	\$798.51	\$42,196.61
	Median	\$2,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$3,000.00
	Standard deviation	\$160,680.00	\$44,418.75	\$32,054.43	\$7,296.63	\$121,965.36	\$127,981.45	\$17,154.02	\$397,768.12
	Minimum	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
	Maximum	\$5,000,000.00	\$1,400,000.00	\$1,000,000.00	\$160,000.00	\$4,000,000.00	\$4,000,000.00	\$500,000.00	\$13,000,000.00
	Sum	\$24,799,315.00	\$4,249,149.00	\$1,934,004.00	\$1,191,572.00	\$10,027,354.00	\$8,075,385.00	\$950,225.00	\$51,226,679.00
	N	1,165	1,188	1,192	1,197	1,193	1,198	1,190	1,214
	Percent of total sum	48.41	8.29	3.78	2.33	19.57	15.76	1.85	100.00

Gambar 2.3 PSED II Summary of Nascent Venture Financing Sources
(Matthews, Hechavarria, & Schenkel, 2012, hal. 18)

Item number	Family history and role model items
AZ6	Was your mother born in the U.S.?
AZ7	Was your father born in the U.S.?
AZ8	Did your parents ever work for themselves or run their own businesses, alone or together?
AZ9	Did you ever work full time or part time for your parents' business?
AP11	Many of your relatives have started new businesses.
Item number	Family financial support
AQ5 Wave "A"	What is the dollar amount provided that came from personal loans received by (you/[NAME]) from (your/their) family members and relatives (before the business was registered as a [C1])?
BQ5 Wave "B"	What is the total dollar amount provided that came from personal loans received by (you/[NAME]) from family members or relatives, (including the [AQ5] you reported last year, before the new business was registered as a [AC1/C1])?
Item number	Family life and legacy
	Please indicate the extent to which the following were important to you for establishing this new business.
AW2	To have greater flexibility for your personal and family life.
AW3	To continue a family tradition.
AW8	To build a business your children can inherit.

Gambar 2.4 *Wording For Family Background Items from PSED II*

(Matthews, Schenkel, & Hechavarria, 2009, hal. 54)

2.1.2 Global Entrepreneurship Monitor

2.1.2.1 Sejarah Singkat Global Entrepreneurship Monitor

Proyek Global Entrepreneurship Monitor atau GEM didirikan oleh Babson College (Amerika Serikat) dan London Business School (Britania Raya) pada tahun 1999 sebagai sebuah observatorium yang dapat digunakan untuk mempelajari sikap suatu individu terhadap kewirausahaan serta mengevaluasi aktivitas kewirausahaan di sejumlah besar negara. Menurut Reynolds dan kawan-kawan (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013), GEM ditujukan sebagai sebuah wadah guna mengatasi kekurangan informasi internasional yang ada mengenai kegiatan kewirausahaan dan mempromosikan penelitian seputar topik ini. Pada tahun pertamanya, terdapat sepuluh negara yang menjadi partisipan di dalam proyek ini, kemudian seiring waktu jumlah negara yang berpartisipasi terus mengalami peningkatan, hingga mencapai 69 negara pada tahun 2012.

Proyek ini pertama kali dibentuk pada tahun 1997, dan pada tahun berikutnya studi percontohan awal dilakukan dengan enam negara sebagai partisipan awal. Pada tahun 2005, lembaga-lembaga serta institusi yang tergabung sebagai pendiri GEM bersepakat untuk membentuk Global Entrepreneurship Research Association. Semakin pentingnya proyek ini dapat terlihat jelas tidak hanya dari meningkatnya jumlah negara yang berpartisipasi, tetapi juga dari anggaran tahunannya, yang meningkat menjadi \$9 juta (sekitar Rp140,5 miliar) pada tahun 2012, serta dari jumlah survei yang dilakukan terhadap masyarakat umum dan para ahli.

Mengutip dari Sternberg dan Wennekers (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) ketika proyek ini dimulai pada tahun 1999, penelitian mengenai kewirausahaan pada saat itu sedang dihadapkan dengan sejumlah kelemahan empiris, yaitu:

1. Tidak ada data mengenai aktivitas kewirausahaan yang selaras serta dapat dibandingkan secara internasional.
2. Statistik tentang kewirausahaan yang tersedia belum cukup mutakhir dan dapat memberikan informasi mengenai kualitas kewirausahaan yang ada secara menyeluruh. Informasi ini sangat diperlukan di dalam perancangan kebijakan guna mendorong penciptaan usaha baru.
3. Tidak tersedia informasi terperinci mengenai proses kewirausahaan yang dapat dibandingkan secara internasional.

2.1.2.2 Tujuan Global Entrepreneurship Monitor

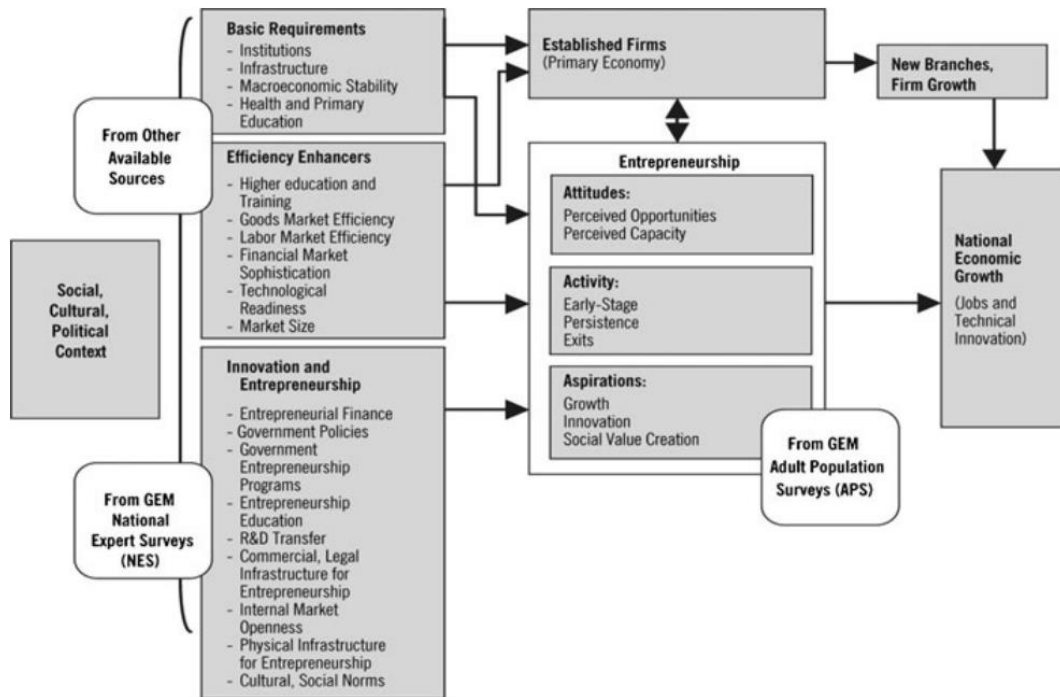
Proyek ini memiliki tujuan utama untuk menganalisis hubungan antara kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Menurut Reynolds dan kawan-kawan (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013), para peneliti dapat memanfaatkan hasil penelitian yang ada guna membandingkan aktivitas kewirausahaan antar negara, memperkirakan peran kewirausahaan di dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara, mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menjelaskan perbedaan berbagai tingkat aktivitas kewirausahaan antar negara, serta memfasilitasi perumusan kebijakan yang efisien dan efektif di dalam mempromosikan kewirausahaan. Oleh karena itu, mengutip

dari Sternberg dan Wennekers (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) tujuan akhir dari proyek ini bukan hanya untuk memperoleh data, tetapi juga untuk menganalisisnya dan berusaha menjawab beberapa pertanyaan berikut:

1. Sejauh mana perbedaan tingkat aktivitas kewirausahaan yang terdapat di dalam setiap negara, dan seberapa besar perubahan tingkat ini terjadi dari waktu ke waktu?
2. Mengapa beberapa negara memiliki lingkungan berwirausaha yang lebih baik dibandingkan dengan negara lainnya?
3. Kebijakan seperti apa yang dapat meningkatkan aktivitas kewirausahaan pada tingkat nasional?
4. Apa hubungan antara kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi?

2.1.2.3 Model Penelitian Global Entrepreneurship Monitor

Model awal penelitian GEM dirancang untuk menganalisis pengaruh aktivitas kewirausahaan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan menjadikan variabel terakhir ini sebagai variabel dependen. Ilustrasi secara sederhana mengenai hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.5.



Gambar 2.5 Revised GEM Model

Bosma dan Levie (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013)

Titik awal pada model penelitian ini adalah analisis terhadap faktor budaya, politik, dan sosial pada suatu negara tertentu yang dapat mempengaruhi kondisi secara umum, lingkungan berusaha, dan kondisi secara spesifik yang dapat memberikan dampak di dalam penciptaan usaha. Model ini juga mengasumsikan bahwa kondisi secara spesifik yang dimaksud tersebut dapat dipengaruhi oleh kondisi umum lingkungan berusaha. Lebih lanjut, menurut Ramos-Rodríguez dan kawan-kawan (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013) baik faktor ataupun kedua kelompok kondisi tersebut dapat mempengaruhi kapasitas di dalam penciptaan usaha baru, yang kemudian dipahami melalui beberapa hal, seperti motivasi, keterampilan, dan persepsi terhadap peluang usaha. Peningkatan kapasitas di dalam penciptaan usaha baru akan berdampak secara positif terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Model penelitian yang dimiliki oleh GEM juga mencakup keseluruhan proses yang terdapat di dalam penciptaan usaha baru, termasuk semua tahapan yang

berawal dari suatu konsepsi atas usaha hingga pendiriannya di pasar. Pengertian lebih lanjut mengenai hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.11.

Menurut Reynolds dan kawan-kawan (dalam Ramos-Rodríguez, Martínez-Fierro, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2013), faktor-faktor politik, sosial, dan ekonomi akan terus-menerus mempengaruhi proses di dalam penciptaan usaha seperti yang telah dijelaskan pada Gambar 2.5 di atas. Oleh karena itu, situasi ekonomi, iklim kewirausahaan, dan sikap terhadap penciptaan usaha pada suatu negara tertentu harus dipertimbangkan ketika menganalisis perbedaan antar negara dan perkembangan ekonomi nasional dari waktu ke waktu.

2.1.2.4 Hasil Pilihan dari Global Entrepreneurship Monitor

GEM menyediakan sumber data yang terperinci mengenai perusahaan keluarga di dalam suatu runtun waktu tertentu secara internasional. Secara keseluruhan, hal ini memungkinkan para pakar perusahaan keluarga untuk melakukan penilaian terhadap tingkat partisipasi dari tahun ke tahun di antara berbagai negara mengenai perusahaan milik keluarga yang baru lahir, perusahaan milik keluarga yang masih muda, dan pelaku usaha atau investor yang menyediakan akses pendanaan awal guna memulai suatu usaha baru, biasanya dengan imbalan berupa utang konversi atau ekuitas kepemilikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh GEM dari tahun 1998 hingga 2005, yang mewakili 48 negara dan 538.288 responden, memberikan beberapa wawasan yang menarik mengenai dinamika pada perusahaan keluarga di tingkat global. Misalnya saja, 21 persen dari keseluruhan responden secara global yang melaporkan adanya penciptaan perusahaan rintisan baru percaya bahwa usaha yang mereka dirikan tersebut akan menjadi perusahaan keluarga dalam waktu lima tahun kemudian. Lebih lanjut, bagi responden yang saat ini sedang terlibat secara aktif di dalam penciptaan perusahaan rintisan baru, sekitar 48 persen dari mereka melaporkan bahwa 50 persen kepemilikan atas perusahaan tersebut dimiliki oleh keluarga. Selain itu, sekitar 21 persen perusahaan rintisan secara global dilaporkan telah memisahkan diri dari perusahaan keluarga guna memulai suatu usaha baru. Sedangkan, bagi wirausahawan pemula yang mendapatkan pendanaan di dalam proses penciptaan perusahaan rintisan baru mereka, dengan hanya melihat pada

sumber pendanaan yang berasal dari keluarga, sekitar delapan persen dari mereka melaporkan bahwa menerima pendanaan awal dari keluarga, dengan rata-rata jumlah investasi secara global di dalam penciptaan perusahaan rintisan baru oleh anggota keluarga sebesar \$24.244 (sekitar Rp378 juta).

Di antara perusahaan muda yang pada saat ini telah beroperasi, sekitar 23 persen dari mereka secara global melaporkan bahwa mereka berharap perusahaan yang mereka miliki tersebut akan menjadi perusahaan keluarga dalam waktu lima tahun kemudian. Selain itu, di antara para responden yang melaporkan mengenai perusahaan muda milik mereka yang telah beroperasi, mengatakan bahwa sekitar 56 persen dari mereka saat ini merupakan perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga. Lebih lanjut, berdasarkan keseluruhan responden yang melaporkan mengenai hal ini secara global, 21 persen dari mereka menyatakan bahwa perusahaan muda milik mereka telah memisahkan diri dari perusahaan keluarga masing-masing.

Terakhir, di antara para responden yang melaporkan sebagai pelaku usaha atau investor yang menyediakan akses terhadap pendanaan awal di dalam penelitian ini, sekitar 50 persen dari mereka mengatakan telah memberikan dana kepada beberapa jenis kerabat (anggota keluarga dekat atau kerabat lainnya) mereka guna memulai suatu usaha baru. Selain itu, sekitar 37 persen dari pelaku usaha atau investor yang memberikan pendanaan awal kepada kerabat mereka tersebut, menerima ekuitas kepemilikan di dalam perusahaan rintisan milik kerabat mereka. Lebih lanjut, dari perusahaan-perusahaan rintisan yang mendapatkan pendanaan dari para pelaku usaha atau investor ini, 29 persen dari mereka mengatakan ingin memisahkan diri dari perusahaan keluarga awal mereka.

	Start-up: Expect family will own 50% within 5 years	Start-up: Family now own more than 50%	Start-up: New business split from family business	Start-up money: Close family member	Start-up money: Family investor got equity	Start-up: Family money invested (US Dollars)
N	4,837	2,749	3,738	14,263	460	460
Missing	533,451	535,539	534,549	524,025	537,828	537,828
Mean	0.41	0.59	0.30	0.14	84,208.79	24,244.71
Median	0.00	0.00	0.00	0.00	1,000.00	525.52
Standard deviation	1.280	1.003	0.919	0.737	435,002.559	143,576.593
Minimum	0	0	0	0	1	0
Maximum	8	8	8	8	5,000,000	3,104,800

	Own-manage: Family will own 50% in 5 years	Own-manage: Family now owns more than 50%	Own-manage: New business split from family business	Business angel: Relation to investee	Business angel: Equity for investing in family business	Business angel: New business split from family business
N	7,187	4,615	6,642	13,673	1,248	1,260
Missing	531,101	533,672	531,646	524,615	537,040	537,028
Mean	0.48	0.61	0.27	2.81	0.46	0.40
Median	0.00	1.00	0.00	3.00	0.00	0.00
Standard deviation	1.423	0.786	0.817	1.923	0.938	0.986
Minimum	0	0	0	1	0	0
Maximum	8	8	8	9	8	8

Gambar 2.6 Results of Selected GEM Data
(Matthews, Hechavarria, & Schenkel, 2012, hal. 21)

	Start-up: Expect own 50% within 5 years	Start-up: Family now own more than 50%	Start-up: New business split from family business	Start-up: money from close family member	Own-manager: Family will own 50% in 5 years	Own-manager: Family now owns more than 50%	Own-manager: New business split from family business	Business angel: Equity for investment in family business	Business Angel: New split from family business
No	76.7	50.7	78.0	90.9	74.1	43.4	78.7	61.4	69.6
Yes	20.8	47.9	20.9	8.4	22.7	55.9	20.5	37.4	29.1
Don't know	2.5	1.4	1.1	0.7	3.2	0.7	0.8	1.1	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Note: Business angel: relation to investee: close family 41.4%; other relative 8.6%; work colleague 8.9%; friend/neighbor 26.7%; stranger 7.6%; other 2.8%; don't know 2.7%; refused 1.4%

Gambar 2.7 Summary of The GEM Data For Financing, Ownership, and New Ventures

(Matthews, Hechavarria, & Schenkel, 2012, hal. 22)

Item	Year(s)	Question	Label
SUFFUOWN	2002–2003	Do you and one or more family members, including those by blood, marriage, or adoption, together own and control more than 50% of the business?	Start-up: Expected family own 50% within 5 years
SUFNWOWN	2002–2003	Was this new business developed by or separated from an existing business controlled with your family?	Start-up: Family now own more than 50%
SUFAMSPL	2003	Was this new business developed by or separated from an existing business controlled within your family?	Start-up: New bus split from family bus
SUMONEY2	2001; 2003	Have you received or do you expect to receive money – loans or ownership investments – from any of the following to start this business? (other relatives, kin, or blood relations)	Start-up money: From close family member sibling
SUMONFAM	1998–2003	Continuous respondent self-report of sum of equity	Start-up money: Family investor got Equity – US \$ conversion
SUMONFUS	1998–2003	Continuous respondent self-report of sum of investment	Start-up money: Family money invested – US \$ conversion
OMFFUOWN	2002–2003	Do you expect any other relatives or family members, including by blood, marriage, or adoption, to share in owning more than 50% of the business in the next 5 years?	Owner–manager: Family will own 50% in 5 years
OMFNWOWN	2002–2003	Do you and one or more family members, including by blood, marriage, or adoption, together own and control more than 50% of the business?	Owner–manager: Family now own more than 50%
OMFAMSPL	2003	Was this new business developed by or separated from an existing business controlled within your family?	Owner–manager: New bus split from family bus
BAREL	2000–2003	What was your relationship with the person that received your most recent personal investment	Bus angel: Relation to investee
BAFAMOWN	2002–2003	You say you provided financial support to a family member or relative starting a new business. In return for this investment, did you receive a share in ownership of the business?	Bus angel: Equity four invest in family bus
BAFAMSPL	2002–2003	Was this new business developed by or separated from an existing business controlled within your family?	Bus angel: New bus split from family bus

Gambar 2.8 *Survey Items from The Global Entrepreneurship Monitor*

(Matthews, Hechavarria, & Schenkel, 2012, hal. 15)

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Nilai Usaha (Omzet)

2.2.1.1 Pengertian Nilai Usaha (Omzet)

Chaniago (dalam Pambudi & Setiawan, 2020, hal. 17) mengatakan bahwa omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang diperoleh setelah melakukan aktivitas penjualan terhadap suatu barang atau jasa di dalam kurun

waktu tertentu. Senada dengan hal tersebut, Swastha (dalam Pambudi & Setiawan, 2020, hal. 17) mendefinisikan omzet penjualan sebagai suatu akumulasi terhadap kegiatan penjualan atas suatu produk dan jasa yang dihitung secara keseluruhan dalam suatu kurun waktu tertentu secara terus-menerus atau di dalam suatu periode akuntansi. Lebih lanjut, merujuk kepada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2023), kata omzet memiliki makna sebagai “jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual”. Berdasarkan beberapa penjelasan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diketahui bahwa omzet adalah suatu akumulasi yang dilakukan terhadap keseluruhan aktivitas penjualan atas suatu produk atau jasa tertentu yang terdapat di dalam suatu kurun waktu tertentu secara berkesinambungan.

2.2.1.2 Perhitungan Besar Nilai Usaha (Omzet)

Untuk mengetahui besaran omzet yang diperoleh di dalam suatu kurun waktu atau periode akuntansi tertentu, maka dapat dilakukan dengan cara menghitung keseluruhan total produk yang terjual di dalam suatu kurun waktu tertentu tersebut yang kemudian dikalikan dengan harga jualnya masing-masing. Oleh karena itu, dalam melakukan perhitungan terhadap besaran jumlah omzet yang didapatkan pada suatu kurun waktu atau periode akuntansi tertentu dapat digunakan rumus berikut ini.

$$Omzet = Jumlah\ Produk \times Harga\ Jual$$

2.2.1.3 Perhitungan Pertumbuhan Nilai Usaha (Omzet)

Pertumbuhan besaran omzet biasanya digunakan oleh para pengusaha atau wirausahawan dalam membandingkan jumlah besaran omzet yang mereka dapatkan di dalam suatu periode tertentu dengan periode lainnya. Oleh karena itu, dalam melakukan perhitungan terhadap persentase pertumbuhan besaran omzet pada suatu periode tertentu dengan periode lainnya dapat digunakan rumus berikut ini.

$$Persentase = \frac{(Omzet\ Akhir - Omzet\ Awal)}{Omzet\ Awal} \times 100\%$$

2.2.2 Peluncuran Produk Baru

2.2.3.1 Pengertian Peluncuran Produk Baru

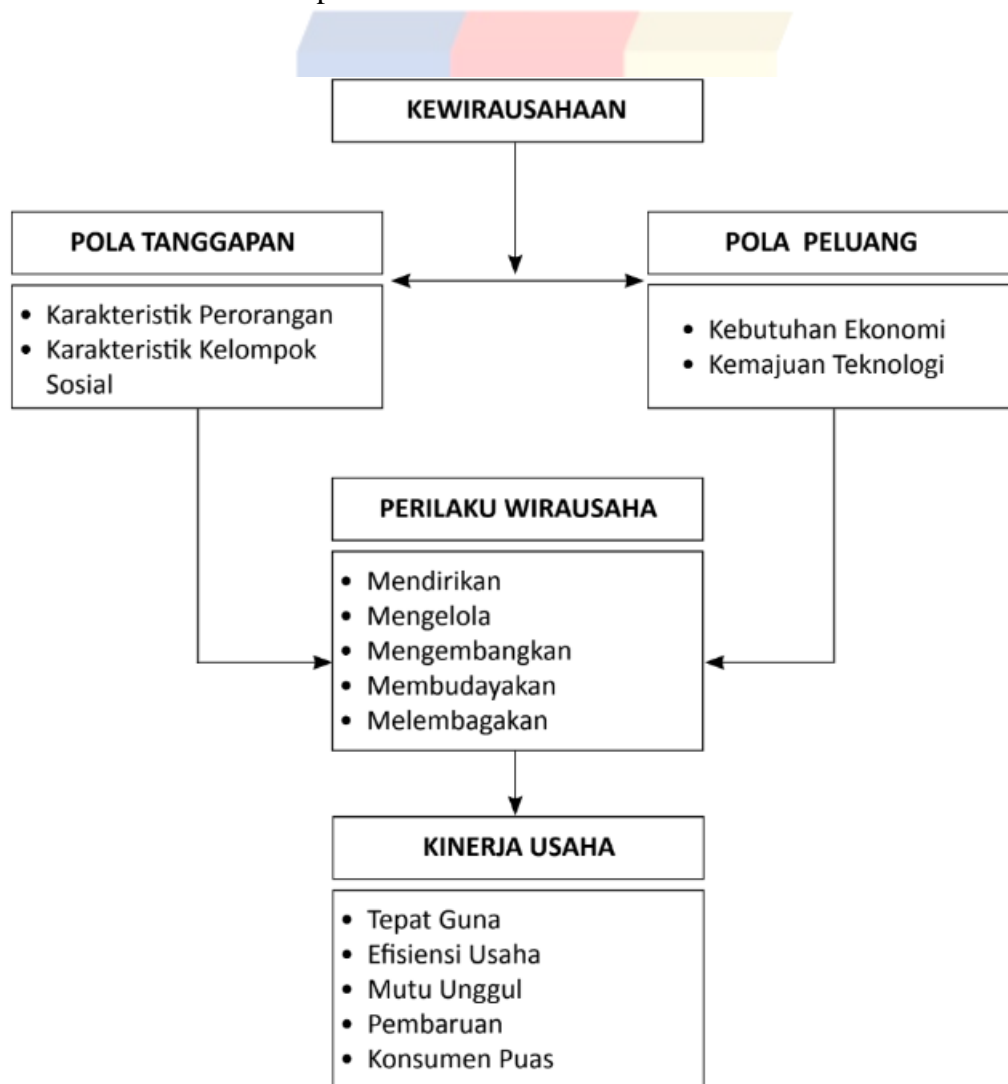
Jenkins (dalam Zhang, Huang, Zhao, & Ma, 2021, hal. 2) mengatakan bahwa peluncuran produk baru adalah suatu keseluruhan proses yang melibatkan pengenalan fisik serta pengiriman atas suatu produk baru kepada pembeli atau konsumen. Sedangkan menurut Di Benedetto (dalam Rabea, 2022, hal. 89), peluncuran produk baru merujuk terhadap sebuah konsep guna menyediakan suatu produk untuk pertama kalinya ke dalam pasar dan menjadi salah satu proses yang sangat penting karena keefektifitasannya mampu mendorong kinerja puncak dari suatu organisasi atau usaha. Senada dengan hal tersebut, O'Dwyer dan Ledwith (dalam Salmen, 2021, hal. 152) mengemukakan bahwa peluncuran produk baru merupakan suatu tahapan yang paling penting di dalam melakukan proses inovasi produk serta menjadi tahap yang paling banyak memakan biaya sehingga sangat berkenaan dengan prospek keberhasilan dari suatu organisasi atau usaha tersebut. Berdasarkan beberapa penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa peluncuran produk baru adalah salah satu tahapan yang sangat penting di dalam melakukan proses inovasi produk guna memperkenalkan serta mengirimkan suatu produk baru untuk pertama kalinya ke dalam pasar yang ditujukan kepada calon pembeli atau konsumen potensial; keseluruhan aktivitas ini membutuhkan biaya yang tidak sedikit sehingga sangat berkaitan erat terhadap prospek keberhasilan atau kinerja puncak dari suatu organisasi atau usaha.

2.2.3 Wirausaha Pemula

2.2.3.1 Pengertian Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan atau *entrepreneurship* sering diartikan sebagai suatu disiplin ilmu yang mempelajari pengetahuan mengenai nilai, kemampuan, serta perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan untuk meraih peluang atau kesempatan usaha dengan berbagai risiko yang terkandung di dalamnya. Umumnya para ahli mengemukakan pendapat mereka mengenai pengertian kewirausahaan pada asas yang relatif sama berdasarkan pandangan serta latar belakang masing-masing. Drucker (2015) mendefinisikan kewirausahaan sebagai suatu kemampuan

dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*). Di sisi lain, Hisrich dan Peters (dalam Suryana & Bayu, 2011, hal. 24) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah sebuah proses dalam menciptakan sesuatu yang berbeda dan bernilai dengan mencurahkan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko finansial, psikis, dan sosial yang menyertainya untuk menerima imbalan dalam bentuk kepuasan moneter dan kebebasan pribadi. Berdasarkan dua pengertian yang telah disampaikan di atas, maka dapat diketahui bahwa kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menghadirkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan menggunakan waktu dan berbagai upaya yang dibutuhkan diikuti oleh modal dan risiko untuk mendapatkan balas jasa dalam bentuk kepuasan moneter dan kebebasan pribadi.



Gambar 2.9 Kerangka Pemikiran Tentang Kewirausahaan
(Suryana & Bayu, 2011, hal. 30)

2.2.3.2 Pengertian Wirausaha

Secara etimologis, kata wirausaha berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu “wira” dan “usaha”. Arti dari kata wira adalah manusia yang unggul, berwatak agung, pahlawan, pejuang, memiliki budi yang luhur, dan gagah berani; kata wira juga digunakan sebagai penyusun kata “perwira”. Sedangkan kata usaha memiliki makna sebagai sebuah perbuatan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, secara harafiah pengertian dari kata wirausaha adalah seseorang atau pejuang yang sedang melakukan suatu perbuatan tertentu untuk mencapai sebuah tujuan. Di sisi lain, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2023), kata wirausaha merujuk kepada kata wiraswasta, yaitu “orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya”.

Menurut Steinhoff dan Burgess (dalam Suryana & Bayu, 2011, hal. 27) wirausaha merupakan seseorang yang mengorganisasi, mengelola, serta bersedia menanggung risiko yang mungkin dapat ditimbulkan dalam suatu usaha untuk menciptakan konsep atau peluang berusaha baru. Senada dengan hal tersebut, Suryana dan Bayu (2011, hal. 26) mengemukakan bahwa wirausahawan merupakan seseorang yang memiliki kreativitas untuk menciptakan suatu usaha baru dengan berani menanggung seluruh risiko dan ketidakpastian yang bertujuan untuk mendapatkan laba dan pertumbuhan usaha melalui identifikasi peluang dan pemberdayaan sumber daya yang ada serta membiayai peluang ini.

Berdasarkan beberapa penjelasan yang telah disampaikan di atas, maka dapat diketahui bahwa wirausaha adalah seseorang yang berani untuk menciptakan suatu usaha baru dan bersedia untuk menghadapi seluruh risiko serta ketidakpastian yang ada guna mendapatkan keuntungan dan pertumbuhan usaha dengan melakukan identifikasi peluang serta merancang sumber daya yang dibutuhkan oleh mereka.

2.2.3.2.1 Manfaat Berwirausaha

Zimmerer dan kawan-kawan (dalam Sunarya, Sudaryono, & Saefullah, 2011, hal. 37) merumuskan beberapa manfaat dalam berwirausaha sebagai berikut:

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri
2. Memberi peluang melakukan perubahan
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya
4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin
5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam Masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya
6. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya

2.2.3.2.2 Karakteristik Wirausaha

Nasution (dalam Suryana & Bayu, 2011, hal. 55) menyampaikan beberapa karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah sebagai berikut:

1. *Achievement orientation* yaitu kemampuan menetapkan sasaran kerja dan strategi pencapaiannya.
2. *Impact an influence* yaitu kemampuan meyakinkan orang lain baik secara lisan maupun tulisan.
3. *Analytical thinking* yaitu kemampuan mengolah dan menginterpretasikan data atau informasi.
4. *Conceptual thinking* yaitu kemampuan menarik kesimpulan atas informasi terhadap masalah.
5. *Initiative* yaitu kemampuan menghadirkan diri sendiri dalam kegiatan organisasi.
6. *Self confidence* yaitu kemampuan meyakinkan diri sendiri atas tekanan lingkungan.
7. *Interpersonal understanding* yaitu kemampuan memahami sikap, minat, dan perilaku orang lain.
8. *Concern for order* yaitu kemampuan menangkap dan mencari kejelasan informasi tugas.
9. *Information seeking* yaitu kemampuan menggali informasi yang dibutuhkan.
10. *Team cooperation* yaitu kemampuan bekerja sama dan berperan dalam kelompok.
11. *Expertise* yaitu kemampuan menggunakan dan mengembangkan keahlian.
12. *Customer service orientation* yaitu kemampuan menemukan dan memenuhi kebutuhan konsumen.
13. *Developing others* yaitu kesediaan mengembangkan teman kerja secara sukarela.

2.2.3.3 Pengertian Wirausaha Pemula

Penciptaan usaha baru adalah sebuah proses. Mengikuti Reynolds dan White (dalam Wagner, 2004) proses ini, dianalogikan seperti pada proses penciptaan biologis, yang dapat dianggap memiliki empat tahap (konsepsi, kehamilan, masa kanak-kanak, dan remaja), dengan tiga transisi. Transisi pertama dimulai ketika terdapat seseorang atau lebih berkomitmen untuk meluangkan waktu dan sumber daya yang dimiliki guna mendirikan suatu usaha baru. Jika mereka melakukannya sendiri, dan jika usaha baru tersebut dapat dianggap sebagai usaha rintisan (*startup*), maka mereka dapat dikatakan sebagai wirausaha pemula (*nascent entrepreneurs*). Lebih lanjut, jika mereka disponsori oleh suatu usaha yang sudah ada, maka mereka dianggap sebagai *intrapreneur* pemula (*nascent intrapreneurs*). Transisi kedua terjadi ketika proses kehamilan telah selesai, dan ketika usaha baru tersebut dimulai sebagai bisnis yang beroperasi, atau ketika para wirausaha pemula tersebut meninggalkan usaha mereka dan kegagalan terjadi. Transisi ketiga adalah peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa remaja – pergeseran sukses dari perusahaan yang baru lahir menjadi perusahaan baru yang mapan (hal. 1).

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, Wagner (2004) mengemukakan bahwa wirausaha pemula adalah seseorang yang pada saat ini sedang mencoba untuk memulai usaha baru, yang berharap kelak akan menjadi pemilik atau pemilik sebagian atas usaha baru tersebut, yang telah secara aktif mencoba mendirikan usaha baru tersebut dalam dua belas bulan terakhir, dan yang usaha rintisannya tidak memiliki arus kas bulanan positif yang cukup untuk menutupi pengeluaran serta upah bagi pemilik atau pengelola usaha tersebut selama lebih dari tiga bulan (hal. 2). Oleh karena itu, secara sederhana wirausaha pemula dapat diartikan sebagai seseorang atau sekumpulan orang yang pada saat ini secara bersama-sama sedang terlibat di dalam proses untuk menciptakan suatu usaha baru (*new ventures*).

2.2.4 Perusahaan Keluarga

2.2.4.1 Pengertian Perusahaan Keluarga

Perusahaan keluarga atau *family business* merupakan salah satu fenomena menarik yang terdapat di dalam dunia usaha. Menurut Ward dan Aronoff (dalam Susanto, 2005, hal. 3), suatu perusahaan dapat dinamakan sebagai perusahaan

keluarga apabila terdapat dua atau lebih anggota keluarga yang mengawasi keuangan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan menurut Donnelley (dalam Susanto, 2005, hal. 3), suatu organisasi dapat dikatakan sebagai perusahaan keluarga apabila terdapat keterlibatan paling sedikit antara dua generasi pada suatu keluarga yang sama dan secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kebijakan yang ada di dalam perusahaan tersebut.

Keterlibatan paling sedikit antara dua generasi dalam suatu keluarga yang sama pada pengertian Donnelley di atas didasarkan terhadap asumsi bahwa terdapat suksesi yang berkelanjutan, yaitu suksesi yang secara jelas menunjukkan kelangsungan peran anggota keluarga di dalam perusahaan. Pada saat yang sama, pengertian yang disampaikan oleh Ward dan Aronoff lebih menekankan terhadap peran penting anggota keluarga di dalam perusahaan. Penguasaan posisi ini berhubungan erat dengan peran keluarga di dalam perusahaan serta pembauran nilai-nilai keluarga ke dalam nilai-nilai perusahaan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika nilai-nilai pada suatu perusahaan keluarga cenderung identik terhadap nilai-nilai keluarga pemiliknya, baik ditinjau dari tradisi informal organisasi maupun dari publikasi formal perusahaan.

Menurut Susanto (2005, hal. 2) dalam terminologi bisnis, pada umumnya terdapat dua jenis perusahaan keluarga yang sering dijumpai, yaitu:

1. *Family-Owned Enterprise* (FOE), yaitu suatu perusahaan yang dimiliki oleh keluarga tetapi dikelola oleh eksekutif profesional yang berasal dari luar lingkaran anggota keluarga. Dalam hal ini anggota keluarga hanya berperan sebagai pemilik dan tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan di lapangan sehingga pengelolaan usaha dilakukan secara profesional. Melalui alokasi peran tersebut, anggota keluarga sebagai pemilik usaha dapat mengoptimalkan diri dalam fungsi pengawasan. Biasanya, perusahaan keluarga jenis ini merupakan bentuk kelanjutan dari usaha yang semula dikelola oleh keluarga yang mendirikaninya.
2. *Family Business Enterprise* (FBE), yaitu perusahaan yang dimiliki dan dikelola secara langsung oleh keluarga pendirinya. Baik kepemilikan ataupun pengelolaannya dilakukan secara aktif oleh pihak yang sama, yaitu anggota keluarga. Perusahaan keluarga jenis ini biasanya ditandai dengan

disimpannya posisi-posisi penting di dalam perusahaan hanya untuk anggota keluarga.

2.2.4.2 Karakteristik Perusahaan Keluarga

Perusahaan keluarga pada dasarnya dicirikan dengan kepemilikan dan keterlibatan yang signifikan dari anggota keluarga di dalam manajemen perusahaan. Dengan sendirinya anggota keluarga akan mengantisipasi bahwa kepemimpinan (*leadership*) dan pengawasan (*control*) yang ada di dalam perusahaan dilakukan oleh anggota keluarga dan akan diteruskan kepada generasi mendatang. Perencanaan strategi, pengambilan keputusan dan kebijakan, serta kegiatan operasional usaha sehari-hari dilakukan oleh anggota keluarga. Penekanan utama pada hal ini adalah pengawasan dan peran aktif anggota keluarga di dalam perusahaan. Idiosinkrasi ini memang unik, sehingga ketika seorang profesional hendak bergabung di dalam suatu perusahaan keluarga, diperlukan kesiapan untuk menghadapi fenomena tersebut. Kepemilikan yang signifikan dari anggota keluarga terjadi ketika suatu keluarga memiliki keseluruhan porsi di dalam melakukan pengawasan terhadap perusahaan dan berperan aktif di dalam menentukan strategi serta pengelolaan usaha sehari-hari.

Lebih lanjut, menurut Susanto (2005, hal. 6) terdapat enam hal yang menjadi karakteristik utama dari sebuah perusahaan keluarga, yaitu:

1. Keterlibatan anggota keluarga

Keterlibatan anggota keluarga dimulai ketika anak-anak atau generasi kedua ikut berpartisipasi di dalam manajemen perusahaan, terutama pada saat banyak isu atau persoalan yang perlu untuk diperhatikan.

2. Lingkungan pembelajaran yang saling berbagi

Dalam kehidupan sehari-hari, orang tua atau orang yang dituakan kerap melakukan diskusi mengenai isu-isu atau persoalan yang terdapat di dalam perusahaan keluarga. Hal ini mendorong anggota keluarga yang akan menjadi generasi penerus untuk memiliki jiwa berusaha sejak dini sehingga kurva pembelajaran (*learning curve*) mengenai perusahaan keluarga menjadi lebih cepat.

3. Tingginya saling keterandalan

Perusahaan keluarga juga dapat dilihat berdasarkan tingginya keterandalan di antara sesama anggota keluarga yang ikut terlibat secara aktif di dalam kegiatan pengelolaan perusahaan sehari-hari.

4. Kekuatan emosi

Perusahaan keluarga biasanya dikelola secara kekeluargaan, sehingga hubungan emosional yang terjadi di dalamnya terasa sangat kuat. Hal ini menyebabkan perusahaan keluarga menjadi lebih stabil dan konservatif karena anggota keluarga memiliki komitmen jangka panjang terhadap perusahaan, dan cenderung menjadi loyal terhadap visi, misi, serta nilai-nilai pendiri.

5. Kurang formal

Dalam perusahaan keluarga, orang-orang yang memiliki posisi penting seperti dewan komisaris atau pemegang saham kerap kali masih mengunjungi tempat kegiatan operasional perusahaan berlangsung serta berpartisipasi di dalam pengelolaan perusahaan secara langsung. Hal ini dapat mengurangi unsur formal yang terdapat di dalam birokrasi perusahaan karena pemilik atau pendiri masih mempunyai rasa memiliki yang tinggi dan mencintai pekerjaan serta pengembangan usahanya.

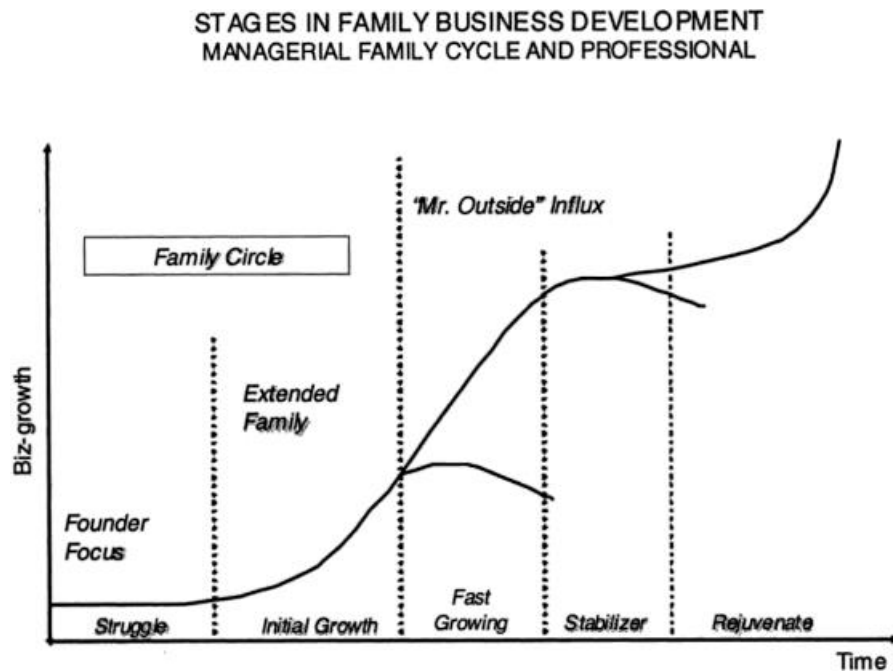
6. Kepemimpinan ganda

Di dalam setiap fungsi atau suatu departemen tertentu pasti terdapat seorang pemimpin yang akan bertanggung jawab secara langsung terhadap perusahaan. Namun demikian, keterlibatan dari anggota keluarga di dalam perusahaan keluarga masih tetap tinggi. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya kebingungan di antara para karyawan dan profesional yang mengelola perusahaan.

2.2.4.3 Siklus Hidup Perusahaan Keluarga

Menurut Susanto (2005, hal. 19), siklus umum di dalam pertumbuhan perusahaan keluarga berawal dari *close-circle family* atau *immediate family* sang pendiri. Pendiri perusahaan keluarga pada umumnya memiliki fokus terhadap kerja keras agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Pada perkembangan selanjutnya, ketika perusahaan mulai tumbuh dan menguat, generasi kedua dan

extended family, termasuk saudara-saudara, keponakan, dan cucu mulai bergabung, bahkan dalam beberapa kesempatan dapat membentuk *the dynasty of family*. Lebih lanjut, perusahaan keluarga yang dapat bertahan (*survive*) akan mulai mengalami *professional influx*. Pada saat perusahaan sudah mencapai kematangan (*maturity*) dan stabil, peran profesional dibutuhkan untuk membantu pengelolaan perusahaan.



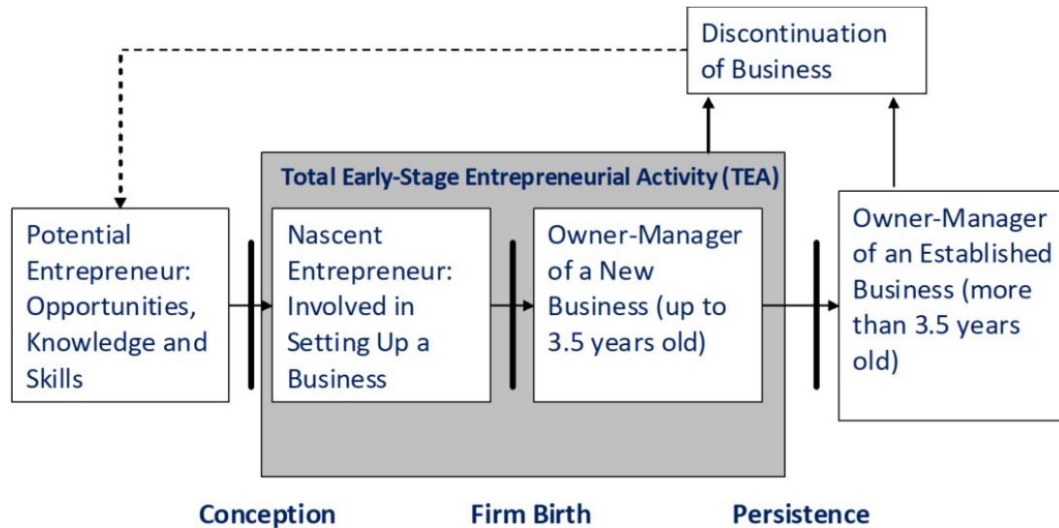
Gambar 2. 10 Tahap-tahap Perkembangan Perusahaan Keluarga
(Susanto, 2005, hal. 20)

2.2.5 Aktivitas Kewirausahaan Tahap Awal

2.2.5.1 Pengertian Aktivitas Kewirausahaan Tahap Awal

Melakukan identifikasi dan karakterisasi terhadap berbagai jenis wirausahawan baik yang masih berada pada fase pengenalan peluang hingga fase memiliki serta mengelola suatu usaha yang sudah mapan merupakan salah satu hal utama yang dilakukan oleh GEM. Oleh karena itu, selama bertahun-tahun GEM telah memberikan perhatian khusus terhadap fase yang menggabungkan tahap sebelum dimulainya suatu usaha baru (*nascent entrepreneurship*) dan tahap setelah dimulainya suatu usaha baru (*owning-managing a new firm*). Secara keseluruhan, fase ini didefinisikan sebagai aktivitas kewirausahaan tahap awal atau yang lebih sering disebut dengan *early-stage entrepreneurial activity* (TEA) (Global

Entrepreneurship Monitor (GEM) Research Association, t.thn.). Ilustrasi secara sederhana mengenai pengertian ini dapat dilihat pada Gambar 2.11.



Gambar 2.11 *The Entrepreneurial Process According To The GEM Model*
(GEM Research Association, t.thn.)

2.3 Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan penelitian ini mengenai “Analisis Perbandingan Kinerja dan Faktor Pendukung Dalam Membangun Usaha Antara Wirausahawan Pemula dengan Latar Belakang Keluarga Pengusaha dan Bukan Pengusaha”, maka dipandang perlu untuk dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian secara ringkas mengenai hasil penelitian terdahulu yang dimaksud tersebut terurai sebagaimana pada Tabel 2.1 berikut ini:

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Agustinus Aldo Setiono dan Dhyah Harjanti (2014)	Hubungan Latar Belakang Bisnis Keluarga dengan Kinerja	Menggambarkan bagaimana hubungan antara latar belakang bisnis	Kuantitatif deskriptif	Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara latar belakang	Kinerja bisnis yang dilihat pada penelitian ini adalah aspek pemasaran dan sumber

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
		Bisnis Aspek Pemasaran dan Sumber Daya Manusia	keluarga pengusaha dengan kinerja bisnis pada sektor UMKM di Jawa Timur.		bisnis keluarga dengan kinerja bisnis aspek pemasaran dan sumber daya manusia.	daya manusia. Lebih lanjut, penelitian ini tidak melakukan perbandingan terhadap hasil penelitian yang ada secara khusus dengan wirausahawan yang bukan berasal dari keluarga pengusaha (bisnis keluarga).
2	Charles H. Matthews, Mark T. Schenkel, dan Diana M. Hechavarría (2009)	<i>Family Background and Influence on Nascent Entrepreneurs</i>	<i>Explore family background variables in the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics II (PSED II) as a framework for further exploring issues associated with the new venture creation efforts.</i>	<i>Framework Analysis</i>	<i>The presence of family business background is associated with significant differences in the consciousness of motivations for greater flexibility in life, building a business which kids can inherit someday, and in continuing the family business.</i>	Penelitian ini memiliki fokus untuk melihat pengaruh latar belakang keluarga terhadap aktivitas kewirausahaan yang baru lahir. Di sisi lain, penelitian ini tidak berusaha untuk melihat fenomena serupa pada wirausahawan yang tidak memiliki latar belakang

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
						bisnis keluarga.
3	Cath Tarling, Paul Jones, dan Lyndon Murphy (2016)	<i>Influence of Early Exposure to Family Business Experience on Developing Entrepreneurial</i>	<i>Explores the influences, values and experiences actively impacting on business start-up following exposure to family business or business ideas.</i>	<i>Grounded theory</i>	<i>It is found that individual's attachment to business and family business values are strongly formed concepts that motivate and steer entrepreneurial direction.</i>	Penelitian ini dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai paparan latar belakang bisnis keluarga dan ide bisnis pada saat permulaan bisnis. Di sisi lain, penelitian ini belum membahas fenomena sejenis pada wirausahawan yang tidak memiliki latar belakang bisnis keluarga.
4	Charles H. Matthews, Mark T. Schenkel, dan Diana Hechavarría (2012)	<i>Family Business: A Global Perspective from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics and the Global Entrepreneurial</i>	<i>Examines the relevant literature for addressing several -fundamental issues associated with family business and entrepreneurship.</i>	<i>Literature review</i>	<i>Highlights the importance of understanding the role of family businesses in emerging entrepreneurial activities and how it can influence the venture</i>	Penelitian ini ditujukan untuk mengamati secara mendalam mengenai peran latar belakang bisnis keluarga di dalam proses penciptaan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
		<i>urship Monitor</i>			<i>creation process.</i>	bisnis melalui variabel-variabel yang ada di dalam <i>Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (PSED)</i> dan <i>Global Entrepreneurship Monitor (GEM)</i> . Lebih lanjut, penelitian ini tidak mengaitkan hasil penelitiannya dengan kinerja pada penciptaan bisnis di dalam aktivitas kewirausahaan awal.
5	Xuan Truong Nguyen (2020)	<i>Factors Affecting Entrepreneurial Decision of Nascent Entrepreneurs Belonging Generation Y in Vietnam</i>	<i>The study attempts to bridge the gap in knowledge concerning varied factors impacting entrepreneurship decisions.</i>	<i>Mixed research method with qualitative and quantitative research</i>	<i>Indicated that statistically significant correlations were found between the entrepreneurial decision and having an entrepreneurial education, family background,</i>	Hasil dari penelitian terbatas hanya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Di sisi lain, penelitian ini belum

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
					<i>entrepreneurial ecosystem, perceived behaviour control, subject norms, attitude, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention.</i>	meneliti pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kinerja wirausahawan pemula.

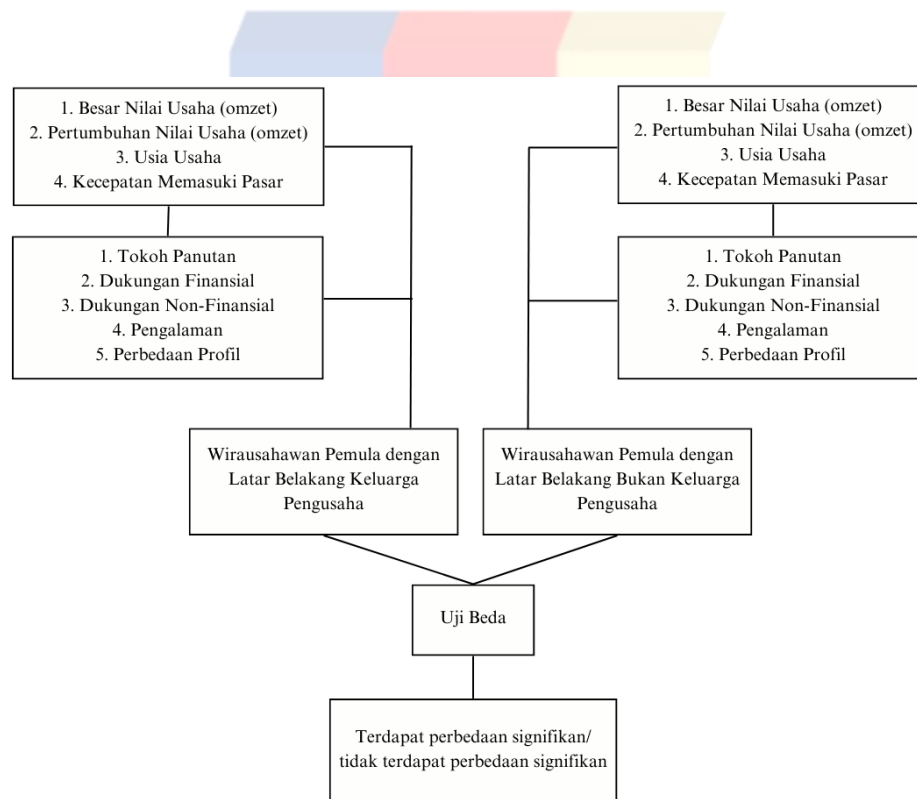
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
(Hasil Olahan Penulis, 2023)

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu mengenai hubungan latar belakang keluarga pengusaha (bisnis keluarga) beserta faktor-faktor pendukungnya pada wirausahawan pemula dalam aktivitas kewirausahaan awal yang telah dilakukan, maka dapat diketahui belum banyak penelitian yang menaruh perhatian khusus terhadap perbandingan kinerja secara langsung antara wirausahawan pemula yang berasal dari keluarga pengusaha dan bukan pengusaha dengan menggunakan variabel tertentu yang sama. Secara garis besar, penelitian sejenis terdahulu yang membahas fenomena ini masih sangat sulit untuk ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menitikberatkan fokus penelitian pada perbandingan kinerja serta faktor-faktor pendukung di dalam membangun usaha antara wirausahawan pemula yang berasal dari latar belakang keluarga pengusaha dan bukan pengusaha dengan menggunakan parameter atau variabel yang sama.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka teoretis serta kerangka konseptual yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa kinerja serta faktor-faktor pendukung seorang wirausahawan pemula di dalam membangun usaha tidak dapat dipisahkan dari latar belakang keluarga yang dimilikinya. Hal ini kemudian

diperkuat oleh beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas. Di sisi lain, pada saat ini belum banyak penelitian sejenis yang memberikan ruang khusus terhadap perbandingan kinerja secara langsung antara wirausahawan pemula yang berasal dari keluarga pengusaha dan bukan pengusaha dengan menggunakan variabel tertentu yang sama. Oleh karena itu, penelitian ini akan menitikberatkan fokus penelitian pada perbandingan kinerja serta faktor-faktor pendukung di dalam membangun usaha antara wirausahawan pemula yang berasal dari latar belakang keluarga pengusaha dan bukan pengusaha dengan menggunakan parameter atau variabel yang sama. Keseluruhan konstruksi mengenai hal tersebut dapat dituangkan sebagaimana pada sebuah kerangka pemikiran seperti berikut ini.



Gambar 2.12 Kerangka Pemikiran
(Hasil Olahan Penulis, 2023)

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah yang terdapat di dalam penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah disajikan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hal ini dikatakan bersifat sementara,

karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengambilan data (Sugiyono, 2013, hal. 64). Pada penelitian ini, hipotesis yang diangkat oleh peneliti adalah **“Terdapat perbedaan kinerja dan faktor pendukung yang signifikan dalam membangun usaha antara wirausahawan pemula dengan latar belakang keluarga pengusaha dan bukan pengusaha”**.

