



**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
KOMPETENSI SOSIAL DAN LINGKUNGAN BISNIS TERHADAP
PERTUMBUHAN USAHA**

(Studi Pada Rumah Makan di Kecamatan Tembalang, Semarang)

JURNAL

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Nama : Kinanti Hanifati

NIM : 14020210120068

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha Pada Rumah Makan di Kecamatan Tembalang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 90 pemilik usaha. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pembagian kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji regresi linear sederhana, koefisien determinasi (R^2), uji signifikansi parsial (uji t) dan uji signifikansi simultan (uji f). Pengerjaan teknik analisis data menggunakan SPSS 16.0 *for windows*. Berdasarkan hasil analisis, secara parsial dan simultan pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan usaha. Saran untuk pemilik usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang ialah lebih meningkatkan pengetahuan yang berhubungan dengan pengelolaan usaha terutama pada sumber daya manusia yang dimilikinya sehingga usaha mereka dapat berkembang lebih baik lagi.

Kata Kunci : Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial, Lingkungan Bisnis, Pertumbuhan Usaha

ABSTRACT

The purpose of this research to determine the influence of Entrepreneurship Knowledge, Social Competence and Business Environment to Business Growth at Restaurant in Tembalang District, Semarang. This research type is explanatory research. Sampling technique is using non probability sampling with 90 samples of business owners. Technique of data collection with questioner and documentation. Data analysis technique used validity test, reliability test, correlation coefficient test, simple linear regression test, coefficient of determination (R^2), partial significance test (t test) and simultant significance test (f test) using SPSS 16.0 for windows. Based on the results of the analysis, partially and simultantly entrepreneur knowledge, social competence and business environment have an influence on business growth. Suggestions for restaurant business owners in Tembalang District is to increase the knowledge related to business management especially on their human resources so their business can grow better.

Key Words : Entrepreneur Knowledge, Social Competence, usiness Environment, Business Growth

PENDAHULUAN

Tumbuh dan berkembangnya perekonomian di suatu negara tidak terlepas dari peran para pengusaha swasta besar, menengah maupun kecil. Wirausaha (*entrepreneurs*) turut berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan infrastruktur negara tersebut. Pentingnya peranan usaha kecil dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Inti dari peraturan ini adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memperdayakan mereka. Hal ini sebagaimana yang terungkap dalam peraturan pemerintah tersebut: "bahwa usaha kecil merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang penting serta strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional yang kokoh. Usaha kecil perlu diberdayakan agar dapat menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang dan menjadi usaha menengah".

Kewirausahaan selalu berkaitan dengan faktor individu, karena dalam menekuni dunia wirausaha tidaklah semudah yang dibayangkan. Diperlukan suatu pengetahuan khusus yang dimiliki oleh pemilik usaha tentang kewirausahaan untuk menggarungi persaingan antar wirausahawan lain, situasi yang tidak menentu, keharusan untuk menjalin hubungan baik dengan banyak orang sebagai relasi bisnisnya. Banyak kondisi dan keadaan yang membuat individu tidak dapat menyesuaikan diri dan mengendalikan lingkungannya, seperti keinginan pasar yang berubah, ide yang berbeda dengan rekan bisnis, persaingan yang semakin ketat dan pelanggan yang tidak puas. Individu yang mengalami keadaan tidak dapat mengendalikan lingkungan akan berada dalam ketidakseimbangan dan berusaha mengatasinya untuk mengembalikan ke keadaan seimbang. Seorang wirausahawan tidak ingin kehilangan relasi bisnisnya hanya karena tidak mampu membentuk dan menjaga hubungan baik secara efektif sebagai salah satu cara meraih kesempatan untuk memperluas dan mengembangkan usahanya. Jika kita cermati, banyak orang sukses yang ternyata mereka memiliki kemampuan bekerja sama, berempati dan pengendalian diri yang menonjol yang merupakan hasil dari kompetensi sosial. pertumbuhan suatu usaha juga diindikasikan dipengaruhi oleh lingkungan bisnis dari usaha tersebut, maka untuk mempertahankannya, usaha tersebut harus dapat menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang berubah-ubah. Oleh karena itu sangatlah penting bagi seseorang yang menekuni bisnis untuk menganalisis lingkungan organisasinya.

Universitas Diponegoro (Undip) sebagai salah satu universitas yang berada di Kota Semarang pada tahun 2010 telah melakukan perpindahan kampus Undip dari Pleburan ke Tembalang menyebabkan bertambahnya jumlah mahasiswa yang berada di Tembalang dan meningkatnya kepadatan penduduk di sekitar kampus Undip Tembalang yang kemudian memicu terjadinya pemusatan kegiatan ekonomi di daerah sekitar kampus Undip Tembalang. pertumbuhan keadaan Kecamatan Tembalang semakin meningkat diiringi juga oleh pertumbuhan sektor ekonomi di lingkungan kampus Undip, salah satunya adalah usaha rumah makan.

Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang dipilih penulis sebagai variabel penelitian (pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis) terhadap pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang, Semarang. Dengan alasan tersebut diatas maka

peneliti mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha (Studi Pada Rumah Makan di Kecamatan Tembalang, Semarang)”**

KAJIAN TEORI

Leonardus Saiman dalam bukunya Kewirausahaan (Teori, Praktik dan Kasus-kasus) memaparkan beberapa definisi mengenai Kewirausahaan menurut pendapat para ahli, seperti: Kao (dalam Saiman, 2009: 41). Kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui kesempatan bisnis manajemen, pengambilan resiko yang tepat dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk mobilisasi manusia, uang dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik. Pengertian kewirausahaan menurut Instruksi Presiden RI No. 4 Tahun 1995 (dalam Saiman, 2009: 43): Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dengan demikian Saiman (2009: 43-44) menyimpulkan bahwa kewirausahaan adalah hal-hal atau upaya-upaya yang berkaitan dengan penciptaan kegiatan / usaha / aktifitas bisnis atas dasar kemauan sendiri dan atau mendirikan usaha atau bisnis dengan kemauan dan atau kemampuan sendiri. Wirausaha atau wiraswasta adalah orang yang memiliki sifat kewiraswastaan atau kewirausahaan dan umumnya memiliki keberanian dalam mengambil resiko terutama dalam menangani usaha atau perusahaannya dengan berpijak pada kemampuan dan atau kemauan sendiri.

Sehingga wirausaha itu sebenarnya adalah :

1. Orang yang memulai dan atau mengoperasikan usaha
2. Para individu yang menemukan kebutuhan pasar dan membangun perusahaan baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar tersebut
3. Orang-orang yang berani mengambil resiko (*risk taker*) yang mampu memberikan daya dorong bagi perubahan, inovasi dan kemajuan
4. Semua *active owner-manager (founders / manager of small business)*.

Pengetahuan kewirausahaan adalah mengelola seluruh elemen sistem berupa dokumen, basis data, kebijakan dan prosedur lengkap, beserta informasi tentang pengalaman, keahlian dan kecakapan sumber daya manusia secara individu maupun kolektif. Pengetahuan terdiri dari pengetahuan langsung yaitu pengetahuan yang telah dimiliki oleh seorang wirausahawan sebelum ia menjadi seorang wirausaha serta pengetahuan tidak langsung yang diperolehnya dari berbagai pihak sebelum maupun saat ia telah menjadi seorang wirausaha (Widayana, 2005: 9). Beberapa pengetahuan yang harus dimiliki wirausaha adalah:

1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki/dirintis dan lingkungan usaha yang ada.
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.
3. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

Kartono (1990: 99) memberi pengertian bahwa kompetensi adalah kemampuan atau segala daya, kesanggupan, kekuatan, kecakapan dan keterampilan teknis maupun sosial yang dianggap melebihi dari kesanggupan anggota biasa sedangkan Chaplin (2001: 99) menyatakan bahwa kompetensi adalah kelayakan kemampuan atau pelatihan untuk melakukan satu tugas.

Individu dengan kompetensi sosial melalui pikiran dan perasaannya akan mampu menyeleksi dan mengontrol perilaku mana yang sebaiknya dinampakkan dan yang sebaiknya ditekan pada situasi tertentu yang dihadapi guna menerima tujuan yang diinginkan dirinya sendiri atau orang lain. Setiap individu setidaknya memiliki

kompetensi sosial pada satu situasi dan tidak seorang pun yang memiliki kompetensi sosial pada semua situasi, berarti setiap individu pernah melakukan kesalahan dalam satu situasi yang dihadapi sehingga tidak dapat mencapai tujuan. Individu dengan kompetensi sosial secara umum ialah yang dapat mengatur dirinya dan beradaptasi dengan banyak kelompok dan terhadap banyak situasi (Topping dkk, 2000: 33-35).

Asher dan Parker (Durkin, 1995: 149) mendefinisikan kompetensi sosial sebagai komponen lengkap dari suatu hubungan, kompetensi sosial dibutuhkan pada pertemuan awal untuk membuat hubungan dan berfungsi untuk memudahkan dan mengembangkan ke arah pertemanan. Individu dengan kompetensi sosial diharapkan dapat berkomunikasi secara efektif, dapat memahami diri mereka sendiri dan orang lain, memperoleh peran gender yang tepat, mengamati tugas moral dalam kelompok yang dihadapi, mengatur emosi, menyesuaikan tingkah laku mereka dalam memberi respon sesuai tingkat usia dan norma yang ada.

Organisasi bisnis merupakan sebuah produk dari beberapa lingkungan. Sedangkan untuk mempertahankannya, perusahaan harus dapat menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang berubah-ubah. Oleh karena itu sangatlah penting bagi seseorang yang menekuni bisnis untuk menganalisis lingkungan organisasinya. Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size*. Pertumbuhan perusahaan pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor eksternal, internal dan pengaruh iklim industri lokal. Lingkungan internal ini dimungkinkan untuk dikendalikan oleh para pelaku bisnis, sehingga dapat diarahkan sesuai dengan keinginan perusahaan. Seperti diketahui, pada dasarnya sebuah perusahaan, sekecil apapun, tidak lepas dari unsur manajemen seperti: Sumber daya manusia atau tenaga kerja, sumber dana yang mencukupi atau modal, bahan baku, peralatan dan mesin yang tepat guna, cara kerja yang efektif, serta pasar dan pelanggan yang setia. Lingkungan eksternal terdiri dari unsur-unsur diluar perusahaan yang sebagian besar tak dapat dikendalikan dan berpengaruh dalam pembuatan keputusan oleh manager (Handoko, 1999: 62). David (2006: 108) juga mengungkapkan hal serupa untuk faktor lingkungan eksternal yaitu :

1. Ekonomi
Faktor ekonomi memberi pengaruh langsung terhadap keberlangsungan suatu organisasi bisnis dalam hal inflasi, kurs mata uang, dsb.
2. Sosial, Budaya, Demografi dan Lingkungan
Terjadinya perubahan sosial, budaya, demografi dan lingkungan akan berpengaruh kepada kebijakan pemilik untuk menjalankan organisasi bisnisnya.
3. Politik, Pemerintahan dan Hukum
Keberadaan faktor politik, pemerintahan dan hukum akan memberikan peluang ataupun ancaman bagi suatu organisasi.
4. Teknologi
Perubahan dan kemajuan teknologi yang revolusioner akan berpengaruh terhadap suatu organisasi bisnis.

Porter (dalam David 2006: 130) mengajukan lima kekuatan (*five forces model*) sebagai alat ukur menganalisis lingkungan persaingan industri.

- a. Persaingan antar industri yang sama
Persaingan antar perusahaan sejenis biasanya merupakan kekuatan terbesar dalam lima kekuatan kompetitif. Diperlukan perumusan strategi oleh para pemilik usaha dan dijalankan agar dapat berhasil dan dapat memberikan keunggulan kompetitif dibanding strategi yang dijalankan perusahaan pesaing (David, 2006: 131).

- b. Ancaman pendatang baru
Persaingan muncul apabila pendatang-pendatang baru hadir pada suatu industri tertentu dan intensitas persaingan pun meningkat. Oleh karena itu, kehadiran para pendatang baru dikatakan sebagai ancaman karena para pendatang baru tersebut membawa berbagai hal kedalam industri seperti kemampuan baru, keinginan merebut pangsa pasar tertentu, sarana dan prasarana yang lebih lengkap dan tenaga kerja yang lebih terlatih dan terdidik.
- c. Pengembangan produk substitusi
Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, dewasa ini makin banyak produk yang berperan dan manfaatnya dapat digantikan oleh produk substitusi lain / pengganti.
- d. Pemasok
Tidak ada perusahaan yang menguasai sendiri suplai bahan mentah dan bahan baku untuk diolah, maka terjadi ketergantungan antara suatu perusahaan yang menghasilkan produk kepada pemasoknya. Disini terjadi kekuatan tawar – menawar pemasok yang akan mempengaruhi intensitas persaingan dalam industri.
- e. Pembeli
Seluruh produk barang maupun jasa yang diproduksi atau diciptakan produsen bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, maka terdapat kekuatan tawar-menawar dengan konsumen.

Perusahaan atau organisasi bisnis lainnya pasti ingin mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, mereka ingin mencapai keberhasilan usaha. Salah satu indikator dari keberhasilan usaha adalah pertumbuhan usaha dengan melakukan pengembangan usaha tersebut. Pertumbuhan usaha sendiri dapat dilihat dari Davidsson et. Al., (2002); Shanmugan dan Bhaduri (2002) dalam penelitian Handrimurtjahyo, dkk (2007: 306) pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan laba.

Pada umumnya pertumbuhan usaha dari suatu perusahaan memiliki pola tertentu yang disederhanakan seperti dari dimulainya suatu usaha. Sebagian perusahaan dimulai dengan unit usaha yang relatif kecil dengan melayani wilayah pemasaran yang sempit. Pada mulanya, perusahaan tersebut juga menghasilkan ragam produk yang terbatas dan hanya didukung dengan permodalan yang terbatas. Oleh karena itu, usaha baru mempunyai posisi pasar yang relatif lemah karena rendahnya penguasaan baru dimulai dengan usaha untuk mengembangkan perusahaan yang diarahkan sepenuhnya untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.

Menurut Haryadi (2001: 15), yang dimaksud dengan pertumbuhan usaha merujuk pada proses (tahapan) pertumbuhan unit usaha atau kelompok usaha kecil dari proses perintisan (pendirian) sampai menjadi kondisi seperti yang terakhir diamati. Menurut Kirkpatrik dalam buku Wijaya (2000: 228), yang dimaksud dengan pertumbuhan usaha adalah : “Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi”.

METODE

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian *explanatory research*. *Explanatory research* ini ditujukan untuk mengetahui besar kecilnya hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel penelitian (Sugiyono, 2008, 11). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis, yang mempengaruhi variabel dependen berupa pertumbuhan usaha. Rumah makan menjadi unit analisis dalam penelitian ini sehingga untuk menentukan populasi adalah pemilik rumah makan di Tembalang. Dari data Pemerintah Kota Semarang, Kecamatan Tembalang per 31 Desember 2014 memiliki jumlah usaha rumah makan yang ada di Kecamatan Tembalang adalah 709 rumah makan / warung makan yang termasuk kelompok UKM. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yang mana dalam pengambilan sampel sebanyak 90 responden dilakukan atas dasar tujuan atau pertimbangan tertentu dan memiliki ketentuan-ketentuan tertentu sehingga memenuhi keinginan dan kebutuhan peneliti (Sugiyono, 2006: 122). Ketentuan pemilik usaha rumah makan yang menjadi responden adalah telah menjalankan usaha rumah makan minimal 3 tahun dan dapat diwawancarai. Analisa data kuantitatif yaitu analisis data dengan menggunakan pengukuran regresi linier sederhana yang merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan uji pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara partial dan simultan.

HASIL

Pengetahuan kewirausahaan seperti kemampuan berinisiatif menciptakan peluang usaha, pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab pelaku usaha, pengetahuan tentang organisasi bisnis, kemampuan mencari informasi kewirausahaan, memiliki motivasi untuk menjalankan suatu usaha, berkomitmen terhadap keputusan yang dipilih merupakan faktor utama dalam pertumbuhan usaha. Tabel 1 menunjukkan hasil analisis regresi variabel pertumbuhan usaha terhadap pertumbuhan usaha.

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) Terhadap Pertumbuhan Usaha (Y)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,163	2,733		2,621 ,010
	Pengetahuan Kewirausahaan	,712	,055	,744	12,991 ,000

a. *Dependent Variable*: Pertumbuhan Usaha

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Koefisien regresi diperoleh nilai t-hitung sebesar 12,991 dan t-tabel sebesar 1,6624 sehingga t-hitung > t-tabel, yaitu $12,991 > 1,6624$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Untuk pengetahuan kewirausahaan (X_1) sebesar 0,712 ini menyatakan pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha sebesar 0,712. Jadi apabila pengetahuan kewirausahaan ditingkatkan sampai maksimal dalam hal ini nilainya adalah 1, maka pertumbuhan usaha akan meningkat sebesar 7,163. Dapat diartikan bahwa apabila semakin ditingkatkan pengetahuan kewirausahaan menjadi lebih baik lagi, maka diharapkan semakin baik pula pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang.

Indikator kompetensi sosial seperti kemampuan dan kecakapan berinteraksi secara efektif, kecakapan bekerjasama dengan para *stakeholder*, keterampilan memecahkan masalah interpersonal, kemampuan bersosialisasi dengan baik kepada lingkungan ataupun kelompok sosial, memiliki kemampuan teknis secara efektif dan efisien untuk menjalankan suatu usaha berperan dalam pertumbuhan usaha. Tabel 2 menunjukkan hasil analisis regresi variabel kompetensi sosial terhadap pertumbuhan usaha.

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kompetensi Sosial (X₂) Terhadap
Pertumbuhan Usaha (Y)
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,493	2,703		1,662	,100
	Kompetensi Sosial	,815	,058	,766	14,118	,000

a. *Dependent Variable:* Pertumbuhan Usaha

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Koefisien regresi diperoleh nilai t-hitung sebesar 14,118 dan t-tabel sebesar 1,6624 sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, yaitu $14,118 > 1,6624$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Untuk kompetensi sosial (X₂) sebesar 0,815 ini menyatakan kompetensi sosial mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha sebesar 0,815. Jadi apabila kompetensi sosial ditingkatkan sampai maksimal dalam hal ini nilainya adalah 1, maka pertumbuhan usaha akan meningkat sebesar 4,493. Dapat diartikan bahwa apabila semakin ditingkatkan kompetensi sosial menjadi lebih baik lagi, maka diharapkan semakin baik pula pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang.

Lingkungan internal bisnis, lingkungan eksternal bisnis dan lingkungan industri merupakan faktor utama dalam pertumbuhan usaha. Tabel 3 menunjukkan hasil analisis regresi variabel lingkungan bisnis terhadap pertumbuhan usaha.

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Lingkungan Bisnis (X₃) Terhadap
Pertumbuhan Usaha (Y)
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,145	2,263		1,832	,070
	Lingkungan Bisnis	,625	,037	,809	17,029	,000

a. *Dependent Variable:* Pertumbuhan Usaha

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Koefisien regresi diperoleh nilai t-hitung sebesar 17,029 dan t-tabel sebesar 1,6624 sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, yaitu $17,029 > 1,6624$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Untuk lingkungan bisnis (X₃) sebesar 0,625 ini menyatakan lingkungan bisnis mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha sebesar 0,625. Jadi

apabila lingkungan bisnis ditingkatkan sampai maksimal dalam hal ini nilainya adalah 1, maka pertumbuhan usaha akan meningkat sebesar 4,145. Dapat diartikan bahwa apabila semakin ditingkatkan lingkungan bisnis menjadi lebih baik lagi, maka diharapkan semakin baik pula pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang.

Hasil uji regresi berganda variabel pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis terhadap pertumbuhan usaha dapat dilihat pada tabel 4 dan 5 :

Tabel 4
Hasil Uji f

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1349.107	3	449.702	11.694	.000 ^a
	Residual	349.382	86	4.063		
	Total	1698.489	89			

a. *Predictors: (Constant)*, Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial, Lingkungan Bisnis

b. *Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha*

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 5

Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengetahuan Kewirausahaan (X₁), Kompetensi Sosial (X₂) dan Lingkungan Bisnis (X₃) Terhadap Pertumbuhan Usaha (Y) Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,555	2,288		1,680	,499
	Pengetahuan Kewirausahaan	,023	,112	,027	,209	,835
	Kompetensi Sosial	,323	,116	,330	2,788	,007
	Lingkungan Bisnis	,441	,076	,618	5,823	,000

a. *Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha*

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengujian diatas diperoleh nilai f-hitung sebesar 11,694 dan f-tabel sebesar 2,711 sehingga f-hitung > f-tabel, yaitu 11,694 > 2,711 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Dari hasil tersebut menunjukkan f-hitung berada

pada daerah penolakan H_0 , yang berarti H_a diterima, dengan kata lain ada pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis terhadap pertumbuhan usaha, dimana semakin baik pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis akan semakin baik pula pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah lingkungan bisnis, hal ini terlihat dengan nilai signifikansinya berada dibawah 5%.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hipotesis pertama yang dikembangkan dalam penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara pengetahuan kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,381. Hal ini berarti 38,1% variabel pertumbuhan usaha dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan kewirausahaan. Sedangkan sisanya ($100\% - 38,1\% = 61,9\%$) pertumbuhan usaha dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Fakta tersebut menjawab penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ginting (2011) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motif Berprestasi Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Pertumbuhan Kewirausahaan Pedagang Pada Pasar Kaget Kabanjahe. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan kewirausahaan. Sehingga dapat disimpulkan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha, semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha maka semakin tinggi pula pertumbuhan usaha rumah makan.

Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan untuk mengenali atau menciptakan peluang serta mengambil tindakan yang perlu diketahui mengenai kewirausahaan yang diperoleh dari segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam menjalankan suatu usaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha (Harris dalam Suryana, 2006: 5). Perlu adanya pengetahuan pemilik usaha mengenai pemanfaatan peluang usaha yang ada, pengetahuan mengenai peran dan tanggung jawab, pengetahuan tentang organisasi bisnis, inisiatif pencarian informasi mengenai persaingan bisnis, memiliki motivasi yang besar untuk menjalankan usaha serta berkomitmen terhadap keputusan yang telah dipilih.

Berdasarkan hipotesis kedua yang dikembangkan dalam penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara kompetensi sosial terhadap pertumbuhan usaha. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,418 Hal ini berarti 41,8% variabel pertumbuhan usaha dapat dijelaskan oleh variabel kompetensi sosial. Sedangkan sisanya ($100\% - 41,8\% = 58,2\%$) pertumbuhan usaha dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Fakta perhitungan diatas menunjukkan bahwa kompetensi sosial yang dimiliki pemilik usaha termasuk dalam beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang. Dengan demikian hasil penelitian penulis telah memperkuat teori penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chasbiansari (2007) yang berjudul Kompetensi Sosial dan Kewirausahaan (Wirausahawan Mahasiswa Universitas Diponegoro).

Asher dan Parker (Durkin, 1995: 149) mendefinisikan kompetensi sosial sebagai komponen lengkap dari suatu hubungan, kompetensi sosial dibutuhkan pada pertemuan awal untuk membuat hubungan dan berfungsi untuk memudahkan dan mengembangkan ke arah pertemanan. Individu dengan kompetensi sosial diharapkan dapat berkomunikasi dan bekerjasama secara efektif, dapat memahami diri mereka sendiri dan orang lain, memperoleh peran gender yang tepat, mengamati tugas moral dalam lingkungan yang dihadapi, mengatur emosi, menyesuaikan tingkah laku mereka dalam memberi respon sesuai tingkat usia dan norma yang ada. Selanjutnya pemilik usaha diharuskan memiliki kemampuan dan kecakapan berinteraksi secara efektif, kemampuan bekerjasama baik dengan para relasi bisnis, keterampilan memecahkan masalah interpersonal, kemampuan bersosialisasi dengan baik kepada lingkungan

ataupun kelompok sosial dan kemampuan teknis secara efektif dan efisien untuk menjalankan suatu usaha.

Berdasarkan hipotesis ketiga yang dikembangkan dalam penelitian Cahya (2012) yang berjudul Karakteristik Kewirausahaan dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Pada Sentra Kerajinan Rotan Amuntai, Kab. Hulu Sungai Utara menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara kompetensi sosial terhadap pertumbuhan usaha. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa R^2 atau koefisien determinasi sebesar 0,491. Hal ini berarti 49,1% variabel pertumbuhan usaha dapat dijelaskan oleh variabel lingkungan bisnis. Sedangkan sisanya ($100\% - 49,1\% = 50,9\%$) pertumbuhan usaha dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Fakta perhitungan di atas menunjukkan bahwa kondisi lingkungan bisnis termasuk dalam beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang. Dengan demikian hasil penelitian penulis telah memperkuat teori penelitian sebelumnya tersebut.

Menurut Brooks & Weatherson, 2000 (dalam Kuncoro, 2005: 22) alasan-alasan pentingnya menganalisis lingkungan organisasi adalah :

- a. Kaidah lingkungan bisnis secara fundamental berpengaruh terhadap aktivitas bisnis, misalnya terhadap pasar, teknologi dan tenaga kerja.
- b. Aktivitas operasional seperti peluncuran produk baru, rekrutment staff dan kajian teknologi membutuhkan identifikasi faktor-faktor lingkungan dan perubahan dalam rangka untuk memastikan kesuksesan bisnis.
- c. Laba dan organisasi yang baik merupakan hal yang penting kaitannya dengan kondisi lingkungan.
- d. Rencana strategis harus turut mempertimbangkan kemungkinan adanya perubahan dalam lingkungan bisnis.

Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size*. Pertumbuhan perusahaan pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor eksternal, internal dan pengaruh iklim industri lokal.

Berdasarkan hipotesis keempat yang dikembangkan dalam penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis terhadap pertumbuhan usaha. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa R^2 atau koefisien determinasi sebesar 0,794. Hal ini berarti 79,4% variabel pertumbuhan usaha dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis. Sedangkan sisanya ($100\% - 79,4\% = 20,6\%$) pertumbuhan usaha dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Fakta perhitungan di atas menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis yang dimiliki pemilik usaha termasuk dalam beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang.

Berdasarkan uji regresi linier berganda dapat diketahui pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh sebesar 2,3%, kompetensi sosial memiliki pengaruh sebesar 32,3% dan lingkungan bisnis memiliki pengaruh sebesar 44,1% terhadap pertumbuhan usaha. Dari analisis di atas, maka dapat diketahui bahwa perubahan yang terjadi pada pertumbuhan usaha secara simultan yang paling dominan dipengaruhi oleh lingkungan bisnis, akan tetapi pengetahuan kewirausahaan dan kompetensi sosial pemilik usaha juga perlu ditingkatkan agar tercapai pertumbuhan usaha yang baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan, pengetahuan kewirausahaan (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha (Y), dimana semakin baik pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha akan semakin baik pula pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang. Indikator peran dan tanggung jawab serta pencarian informasi persaingan bisnis mendapatkan skor paling tinggi dalam variabel ini. Variabel pengetahuan kewirausahaan (X_1) memberikan kontribusi terkecil terhadap pertumbuhan usaha (Y) dengan koefisien determinasi variabel sebesar 38,1%. Kompetensi sosial (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha (Y), dimana semakin baik kompetensi sosial yang dimiliki oleh pemilik usaha akan semakin baik pula pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang. Indikator kemampuan berinteraksi secara efektif, bekerjasama dan bersosialisasi dengan relasi bisnis mendapatkan skor paling tinggi dalam variabel ini. Variabel kompetensi sosial (X_2) memberikan kontribusi terbesar kedua terhadap pertumbuhan usaha (Y) dengan koefisien determinasi variabel sebesar 41,8%. Lingkungan bisnis (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha (Y), dimana semakin baik lingkungan bisnis usaha akan semakin baik pula pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang. Indikator lingkungan internal dan lingkungan industri mendapatkan skor tertinggi dalam variabel ini. Variabel lingkungan bisnis (X_3) memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan usaha (Y) dengan koefisien determinasi variabel sebesar 49,1%.

Saran, para pemilik usaha rumah makan sebaiknya lebih meningkatkan pengetahuan yang berhubungan dengan pengelolaan usaha terutama pada sumber daya manusia yang dimilikinya yaitu bagi pemilik usaha itu sendiri dan tenaga kerja yang dipekerjakan sehingga usaha mereka dapat berkembang lebih baik lagi. Upaya yang dapat dilakukan sebaiknya aktif mengikuti seminar dan pelatihan-pelatihan kewirausahaan, membaca berita dari berbagai media yang ada untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Kompetensi sosial pemilik usaha yang tinggi sebaiknya dipertahankan dengan memperhatikan faktor dalam dan luar dirinya agar lebih peka dan mampu menjembatani kebutuhan diri dan lingkungan. Kompetensi sosial perlu dipertahankan karena lingkungan selalu berubah dan membutuhkan kemampuan untuk menjalin hubungan jangka panjang yang baik dan efektif yang akan berpengaruh pada peningkatan kewirausahaan. Para pemilik usaha diharapkan dapat memecahkan masalah dan mengambil keputusan secara tepat. Pemilik usaha diharapkan mampu menyeimbangkan usaha mereka dengan lingkungan bisnis yang selalu berubah agar tetap terjadi keberlangsungan usaha, terutama lingkungan eksternal bisnis karena sebagian besar pelaku usaha berskala kecil dan menengah akan merasakan dampak paling besar terhadap perubahan lingkungan tersebut dan terbukti dari hasil penelitian ini bahwa lingkungan eksternal bisnis mendapatkan skor paling rendah dalam variabel ini.

DAFTAR REFERENSI

- Cahya N.S, Edwin. (2012). Karakteristik Kewirausahaan dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Pada Sentra Kerajinan Rotan Amuntai, Kab. Hulu Sungai Utara. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Chasbiansari, Dyas. (2007). Kompetensi Sosial dan Kewirausahaan Studi Korelasi Pada Anggota Perkumpulan Wirausahawan Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- David, F.R. (2006). *Manajemen Strategis*. Sulistio P dan Mahardika H, penerjemah; Rahoy S, editor : Edisi sepuluh. Jakarta: Salemba empat. Terjemahan dari : *Strategic Management³ Concepts and Cases*, 10th ed.
- Ginting, Alexander. (2011). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motif Berprestasi Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Pertumbuhan Kewirausahaan Pedagang Pada Pasar Kaget Kabanjahe. *Skripsi*. Medan: Universitas Sumatera Utara
- Haryadi, Dedi. (2001). *Tahap Perkembangan Usaha Kecil : Dinamika dan Peta Potensi Pertumbuhan*. Bandung : Akatiga.
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kuncoro, Mudrajat. (2005) *STRATEGI Bagaimana Keunggulan kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Saiman, Leonardus. (2009). *Kewirausahaan (Teori, Praktik dan Kasus-kasus)*. Jakarta: Salemba Empat.