

ANALISA MODAL SOSIAL DAN ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP PENGUSAHA MIKRO DAN KECIL DI JAWA TIMUR

Raymond Binarto dan R. R. Retno Ardianti
 Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: m31409008@john.petra.ac.id; retnoa@peter.petra.ac.id

Abstrak— Salah satu fenomena mengenai usaha mikro dan kecil di Jawa timur ini merupakan terus meningkatnya jumlah pengusaha-pengusaha mikro dan kecil. Usaha mikro dan kecil ini merupakan tulang punggung pada perekonomian Jawa Timur dan kebanyakan dari mereka memiliki figur serta dukungan daripada orang-orang yang memiliki hubungan dengan mereka. Melalui latar belakang ini, penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai modal sosial dan *entrepreneurial leadership* pada pengusaha mikro dan kecil Jawa Timur. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan modal sosial dan *entrepreneurial leadership* pengusaha mikro dan kecil Jawa Timur. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgmental sampling*. Teknik analisis data menggunakan *mean*, *frekuensi*, *crossstabulation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang memiliki modal sosial yang besar, memiliki *entrepreneurial leadership* yang tinggi.

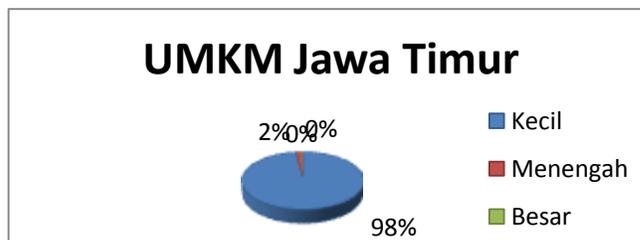
Kata Kunci—Modal Sosial, *Entrepreneurial Leadership*, *Crosstabulation*

I. PENDAHULUAN

Usaha mikro dan kecil tumbuh subur di Indonesia, ketika krisis moneter meluas menjadi krisis multi-dimensi yang menimpa Indonesia sejak tahun 1997. Krisis ini ternyata memotivasi pertumbuhan sektor usaha kecil yang semakin hari semakin menyerap tenaga kerja dan semakin memperkuat inovasi-inovasi pengembangan usaha kecil. Hal tersebut dapat dilihat melalui perkembangan UMKM sepanjang tahun 2011 terbukti mampu berkontribusi dalam pembentukan PDB sebesar 57,60%. Perinciannya sebagai berikut, sebanyak 32,02% oleh Usaha Mikro, sejumlah 10,99% oleh Usaha Kecil, dan sejumlah 14,59% oleh Usaha Menengah. Nilai rata-rata pembentukan PDB oleh UMKM Rp 24,8 juta per unit usaha. UMKM mampu merekrut tenaga kerja baru sebanyak 2,32 juta orang, atau setara dengan 97,8% dari lapangan kerja baru yang diciptakan UMKM dan usaha besar di tahun 2011. Penyerapan tenaga kerja baru banyak dilakukan oleh Usaha Mikro, jumlahnya 1,94 juta orang, termasuk mempekerjakan dirinya sendiri. Usaha Kecil mampu menyerap tenaga kerja baru sebanyak 292.000 orang. (UMKM membangun ekonomi, 2013)

Angka pertumbuhan ekonomi Jawa Timur yang cukup fantastis mencapai 7,22 persen di akhir 2012 didongkrak oleh sektor UMKM (usaha mikro kecil dan menengah). Bahkan dari PDRB Jatim yang mampu mencapai Rp 1.000 triliun, sebesar 54 persennya diperoleh dari 4,2 juta UMKM yang tumbuh dan

berkembang di Jatim.(UMKM Tentukan Kesuksesan Gubernur dan Wagub Jatim,2013) dimana tertera dalam gambar berikut :
 Gambar 1.1 Persentase Pertumbuhan Ekonomi UMKM Jawa Timur



Selain itu pada tahun 2011 terdapat 783.758 unit usaha, atau meningkat 5,53 persen dibanding tahun 2010. Dari jumlah tersebut, sebanyak 766.783 unit usaha atau 97,83 persen di antaranya merupakan industri kecil. Sementara itu jumlah industri menengah sebanyak 16.182 unit usaha (2,07 persen) dan industri besar 793 unit (0,10 persen).(IKM Berperan pada Perkembangan Ekonomi Jatim,2012). Dalam menjadi seorang wirausahawan yang handal tentunya terdapat berbagai dukungan untuk menjadi seorang wirausahawan tersebut, salah satunya merupakan anggota keluarga, seperti Shinta Widjaja Kamdani dalam grup Sintesa. Waktu masih baru masuk perusahaan keluarga, dia didukung oleh atasan ekspatriat yang sangat profesional (tidak lain adalah ayahnya). Dimana dalam menjalankan bisnis yang ada dia dituntut untuk mampu mengerjakan segala halnya sendiri dan untuk menjadi mandiri dalam berbisnis, selain itu Shinta juga mendapat dukungan dari ayah melalui pendidikan-pendidikan yang keras. Dan hal tersebut yang membuat Shinta mampu bertahan dalam menjalankan family bisnis tersebut. Serta mendapat banyak sekali tantangan Shinta akhirnya berhasil dalam mengelola Grup Sintesa dalam hal pengembangan usahanya dengan tidak melakukan one man show. Dimana hal tersebut membuktikan bahwa seorang entrepreneur itu memiliki dukungan dari orang tuanya.

(<http://swa.co.id/entrepreneur/mengonsolidasikan-perusahaan-keluarga-menjadi-grup-sintesa>)

Berdasarkan fenomena dan fakta yang ada di atas dapat disimpulkan bahwa modal sosial mempengaruhi daripada keberlangsungan dari seorang *Entrepreneurial leadership* dalam menjalankan usahanya berdasar pada lingkup usaha mikro dan usaha kecil di Jawa Timur ini.

Pengertian Usaha Mikro dan Kriterianya

Menurut UU No.20 Tahun 2008, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha

perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta Rupiah) per tahun sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003.

Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Pengertian Usaha Kecil dan Kriterianya

Menurut UU No.20 Tahun 2008, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Menurut UU no.9 Tahun 1995, Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini;

Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Pengertian Modal sosial

Teori Modal sosial mengacu pada kemampuan dari seorang aktor untuk mengekstrak manfaat dari struktur sosial, jaringan, dan keanggotaan (Lin, Ensel dan Vaughn, 1981; Portes, 1998 dalam Davidsson and Honig, 2003). Jaringan sosial yang disediakan oleh keluarga, berbasis masyarakat, atau hubungan organisasi dimana hal itu dapat berfungsi untuk menambah modal kita selain modal pendidikan, pengalaman, dan modal keuangan (Bourdieu, 1983, Coleman, 1988; 1990, Loury, 1987 Davidsson and Honig, 2003). Modal sosial bersifat multidimensi, dan terjadi baik pada individu maupun tingkat organisasi (Nahapiet dan Ghoshal, 1998 Davidsson and Honig, 2003), modal sosial didefinisikan dalam literatur secara luas, oleh karena itu penting untuk menjelaskan hubungan yang tepat antara definisi dan operasionalisasi setiap aspek dari proses jaringan dan *reciprocities characterized* (Baron dan Hannan, 1994 Davidsson and Honig, 2003).

Dimensi Modal Sosial

Modal sosial sering kali dikaitkan dengan jaringan dan hubungan antar jaringan yang dimiliki seseorang, dimana terdapat hubungan yang kuat dan yang lemah, dan hal tersebut dibagi ke dalam 2 dimensi berikut ini :

- (a) *Bonding Social Capital*

Bonding modal sosial melibatkan kepercayaan dan jaringan timbal balik, dan membantu proses "mendapatkan oleh" dalam kehidupan sehari-hari. "Mendapatkan ke depan" dalam kontras, yang difasilitasi melalui "*cross-cutting relationship*" yang mengambil bentuk baik *Bridging* atau menghubungkan modal sosial. (Narayan 1999; Wellman and Wortley 1990; Woolcock 1998 dalam Wendy Stone, 2003).

'*Bonding*' mengacu pada hubungan antara orang-orang yang saling mengenal dengan baik, yaitu, orang tua, anggota keluarga, teman dekat, dan tetangga (Gittel & Vidal, 1998; Woolcock, 2000; Woolcock & Narayan, 2000 dalam Wendy Stone, 2003)

- (b) *Bridging Social Capital*

Di negara-negara berkembang, pada dimensi tertentu, kelompok masyarakat yang demikian pada dasarnya mewarisi kelimpah-ruahan modal sosial pada satu dimensi, yaitu dalam bentuk hubungan kekarabatan (*kinship*) atau kelompok-kelompok sosial tradisional yang berasal dari garis keturunan (*lineage*). Apa yang tidak dimiliki adalah rentang radius jaringan (*the radius of networks*) yang menghubungkan mereka dengan kelompok masyarakat lainnya, lintas suku, lintas kelas sosial, lintas profesi, serta lintas lapangan pekerjaan.

Bridging Social Capital akan membuka jalan dalam mempercepat proses berkembang dengan kemampuan menciptakan *networking* yang kuat, menggerakkan identitas yang lebih luas dan *reciprocity* yang lebih variatif, serta akumulasi ide yang lebih memungkinkan untuk berkembang sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan yang lebih diterima secara *universal*.

Pengertian *Entrepreneur*

Menurut Thornberry (2006) "*Entrepreneur* adalah seorang dimana ia mempunyai ide yang inovatif, dapat melihat peluang yang ada di dalam pasar dan dapat membuat mimpi-mimpi mereka menjadi sebuah realitas yang gemilang". Dan menurut Winardi (2008), *Entrepreneur* adalah seorang yang melaksanakan tindakan untuk mengejar peluang-peluang dalam situasi, dimana orang lain tidak melihatnya atau mungkin peluang-peluang tersebut hanya dianggap sebagai ancaman. Menurut Meredith (2005), *Entrepreneur* merupakan suatu proses dalam menangkap dan mengevaluasi peluang-peluang, mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang tersebut. Sedangkan menurut Zimmerer dan Scarborough (2005) konsep *Entrepreneur* sebagai keahlian seseorang menghadapi resiko di masa yang akan datang dan bertumbuh untuk mendapatkan profit dengan menggunakan seluruh sumber daya yang dimiliki sehingga mengalami peningkatan terhadap usaha tersebut.

Pengertian Kepimpinan (*Leadership*)

Menurut Horst dan Kevin Diamond (dalam Ken Shelton, 2002) *leadership* adalah fokus yang terus-menerus terhadap visi dan proses perbaikan yang berat dan pemimpin terus bertahan pada visi.

"*Leadership* adalah kemampuan serta kemauan untuk menggalang orang mencapai sebuah tujuan, selain itu *leadership* merupakan sebuah karakter yang membangkitkan keyakinan" menurut Bernard Montgomery dalam buku John C Maxwell (2011).

Gaya *leadership*

Terdapat 3 gaya menurut Bil woods (Dale Timpe, 1993) dalam *leadership*:

1. Otokratis, Pemimpin yang otokratis membuat keputusan sendiri karena kekuasaan terpusatkan dalam diri 1 orang.
2. Demokratis, Pemimpin berkonsultasi dengan kelompok mengenai masalah yang menarik perhatian mereka dan mereka dapat menyumbangkan sesuatu. Komunikasi yang terjadi merupakan dua arah dan bawahan ikut serta dalam menetapkan sasaran dan pemecahan masalah.
3. Kendali bebas, Pemimpin memberi kekuasaan kepada bawahan dalam mengembangkan sasaran dan memecahkan masalahnya sendiri. Dimana pengarahan yang dilakukan hanya sedikit atau bahkan tidak ada.

Pengertian *Entrepreneurial leadership*

“*Leadership Entrepreneur (Entrepreneurial leadership)*, baik individu maupun organisasi menciptakan kebudayaan *entrepreneur* dengan mengembangkan pelatihan budaya *entrepreneurship* dan penggabungan proses-proses *entrepreneur*, serta inisiatif-inisiatif baru yang cemerlang” Goosen (2007). “*Entrepreneurial leadership* adalah lebih sebagai *entrepreneur* yang bisa menciptakan perubahan daripada bertransaksi dengan perusahaan lain, karena dengan adanya perubahan akan menjadikan perusahaan lebih berkembang dan berjalan mengikuti *trend* pasar yang berlaku” Thornberry (2006). Menurut Smilor dan Sexton (1996), “*Entrepreneurial leadership* adalah pemimpin yang menemukan cara efektif untuk mengajarkan keterampilan *entrepreneurship* dan belajar dari para *entrepreneur*.”

Karakteristik *Entrepreneurial leadership*

Ada 8 karakteristik dari *entrepreneurial leadership*, menurut Fernald *et al.* (2005), yaitu:

1. *Able to motivate*

Motivasi merupakan hal mendasar yang penting bagi seseorang untuk melakukan sesuatu.

2. *Achievement orientated*

Entrepreneurial Leader tidak hanya berfokus untuk menciptakan proses kerja yang efektif dan efisien, tetapi juga melihat kepada hasil yang dicapai serta proses evaluasi untuk hasil yang lebih baik di kemudian hari.

3. *Creative*

Kemampuan untuk menghasilkan ide-ide yang baru juga harus dimiliki seorang *entrepreneurial leader*.

4. *Flexible*

Seorang *entrepreneurial leader* dituntut untuk menjadi seorang yang peka terhadap perubahan, juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan dengan cepat terhadap perubahan tersebut.

5. *Patient*

Sabar untuk menunggu datangnya peluang atau melakukan eksekusi terhadap suatu rencana merupakan karakter dari *entrepreneurial leader* yang berikutnya.

6. *Persistent*

Entrepreneurial leader juga adalah seorang yang gigih dalam memperjuangkan apa yang menjadi impiannya.

7. *Risk Taker*

Berani mengambil resiko, tidak takut untuk mencoba sesuatu yang masih belum pasti tingkat keberhasilannya. *Entrepreneurial leader* tidak hanya berdasarkan insting atau

naluri semata dalam mengambil resiko, tetapi itu semuanya itu telah diperhitungkan dengan baik sebelumnya.

8. *Visionary*

Entrepreneurial leader mampu menggambarkan dan menjelaskan tentang masa depan usahanya, dimana dia dan orang-orang di sekitarnya akan berada, serta seperti apa mereka kelak.

Sedangkan menurut Morris, Schindehutte, dan LaForge (2004) membagi *entrepreneurial leadership* dalam 3 karakteristik besar yaitu:

1. *Innovativeness*

“Keinovatifan merupakan pembawa untuk berkembangnya dan berubahnya ekonomi, dikatakan demikian oleh Josep Schumpeter. Teori Schumpeter tersebut merangsang seseorang untuk melakukan inovasi.

2. *Proactiveness*

“*Proactiveness* adalah suatu upaya untuk memfokuskan diri dalam lingkungan pengaruh. “*Proactiveness* adalah mengembangkan kebiasaan untuk menjadi manusia yang efektif dalam lingkungan apapun” (Covey, 1994).

Rumusan Masalah

Berdasar uraian latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimanakah gambaran kaitan antara modal sosial dan *Entrepreneurial leadership* dalam pengusaha mikro dan kecil di daerah Jawa Timur?”

Tujuan Penelitian:

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan modal sosial dalam pengusaha mikro dan kecil di daerah Jawa Timur
2. Mendeskripsikan *Entrepreneurial leadership* pengusaha mikro dan kecil di daerah Jawa timur
3. Mendeskripsikan kaitan antara modal sosial dan *Entrepreneurial leadership* dalam usaha mikro dan kecil di daerah Jawa Timur

Manfaat Penelitian

Berikut merupakan penjelasan manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini penulis menjadi semakin mengerti lebih dalam dan bisa memahami tentang faktor sosial yang mempengaruhi tentang *Entrepreneurial leadership*

2. Bagi Perpustakaan.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan pustaka bagi mahasiswa dan perpustakaan Universitas Kristen Petra yang mampu menjadi acuan penulis karya ilmiah

3. Bagi Pihak lain

Diharapkan mampu untuk memberikan informasi mengenai keterkaitan antara faktor –faktor sosial dengan *Entrepreneurial leadership* seseorang.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang

berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik. Menurut Sugiyono (2012) sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Judgemental sampling*. Menurut Kuncoro (2007), *judgemental sampling* yaitu suatu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu yang disesuaikan dengan maksud peneliti terhadap masing-masing sampel, berdasar karakteristik :

1. Usaha mikro dan kecil di daerah Jawa Timur
2. Memiliki omzet antara Rp 0 - Rp2.500.000.000,00
3. Memiliki tenaga kerja kurang dari 30 orang

Sedangkan dalam memperoleh data, peneliti menggunakan *convenience sampling*, dimana *convenience sampling* merupakan prosedur *sampling* yang memilih sampel orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. (Malhotra, 2010)

Modal Sosial

Modal Sosial yang dimaksud merupakan suatu modal yang menyediakan jaringan-jaringan sosial yang didukung oleh keluarga, berbasis masyarakat, atau hubungan organisasi yang memfasilitasi penemuan peluang serta identifikasi, pengumpulan, dan alokasi sumber daya yang langka yang digambarkan dengan ada atau tidaknya dukungan dari:

- a. Orang tua: Diukur dari besarnya dukungan yang berupa finansial dan moril
- b. Anggota keluarga: Diukur dari besarnya dukungan yang berupa finansial dan moril
- c. Teman dekat: Diukur dari besarnya dukungan yang berupa finansial dan moril
- d. Tetangga: Diukur dari besarnya dukungan yang berupa finansial dan moril
- e. Rekan: Diukur dari besarnya dukungan yang berupa finansial dan moril
- f. Keanggotaan pada suatu kelompok: Diukur dari besarnya dukungan yang berupa finansial dan moril

Entrepreneurial Leadership

Entrepreneurial Leadership yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai *entrepreneur* yang bisa menciptakan perubahan dan pengembangan budaya kewirausahaan dan penggabungan proses-proses *entrepreneur*, serta inisiatif-inisiatif baru yang *brilliant* karena dengan adanya perubahan akan menjadikan perusahaan lebih berkembang dan berjalan mengikuti *trend* pasar yang berlaku. Sumber data

Sumber data yang digunakan oleh penulis merupakan sumber data primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dalam Sugiyono (2012).

Metode Pengumpulan data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data oleh penulis adalah kuisioner terbuka. Menurut Sugiyono (2012), metode pengumpulan data dengan teknik menyebarkan kuisioner.

Dimana kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk menjawabnya. Metode ini merupakan metode yang lebih efisien dalam pengukurannya bergantung pada variabel yang diketahui.

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisa penelitian ini merupakan sebagai berikut:

Statistik Deskriptif

Alat statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini merupakan:

-Mean

Mean merupakan nilai yang diperoleh dengan menjumlahkan semua nilai data dan membaginya dengan jumlah data. Mean merupakan nilai yang menunjukkan pusat dari nilai data dan merupakan nilai yang dapat mewakili keterpusatan data (Purwanto S.K., 2012)

-Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah distribusi matematik yang bertujuan untuk memperoleh jumlah dari respon yang berkaitan dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan untuk menampilkan perhitungan tersebut dalam persentase (Malhotra, 2010).

-Persentase

Analisis dalam penelitian ini menjelaskan atau mendiskripsikan angka atau nilai jumlah variabel dengan ukuran presentase dimana menggunakan rumus: (Hastono, 2001)

$$X = (F / n) \times 100\%$$

Keterangan :

X : Hasil presentase

F : Frekuensi

n : Total seluruh observasi

Kelas Interval

Analisis deskriptif menggunakan alat ukur *mean*, yang digunakan untuk mengetahui bobot rata-rata jawaban dari responden terhadap masing-masing pertanyaan pada tiap total variabel maupun pada tiap dimensi dan indikator dari variabel tersebut. Statistik deskriptif merupakan deskripsi atau penggambaran sekumpulan data secara visual dapat dilakukan dalam dua bagian yaitu dalam bentuk gambar atau grafik dan dalam bentuk tulisan. Dalam program SPSS for Windows Ver. 16.0, metode statistik deskriptif dapat dilakukan untuk menghasilkan gambaran data berupa tabel frekuensi.

Rendah : nilai mean 1 - 2,33

Sedang : nilai mean 2,34 - 3,66

Tinggi : nilai mean 3,67 - 5

Cross Tabulation

Menurut Santoso (2003) *Cross Tabulation* merupakan sebuah tabel silang yang terdiri atas 1 baris atau lebih. *Cross Tabulation* adalah membantu memahami sebuah variabel. *Crosstabulation* menghasilkan tabel-tabel yang mencerminkan distribusi gabungan 2 atau lebih variabel dengan jumlah kategori atau nilai pembeda yang terbatas. Dimana *cross tabulation* sekedar menampilkan kaitan antara 2 atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom.

Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian

Skala Likert

Menurut Sugiyono (2012), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.1 Bobot dan Kategori Pengukuran data *Entrepreneurial Leadership*

Kategori	Bobot
Rendah	1-2,33
Sedang	2,34-3,66
Tinggi	3,67-5

Tabel 3.2 Bobot dan Kategori Pengukuran data Modal Sosial

Kategori	Bobot
Tidak ada	1
Sangat Kecil	2
Kecil	3
Sedang	4
Besar	5
Sangat Besar	6

Uji Validitas

Uji validitas merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur sesuai dengan apa yang hendak diukur.

Untuk menguji validitas, dihitung dengan uji-t dengan rumus:

$$T_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan : t = nilai t_{hitung}
 r = koefisien korelasi r_{hitung}
 n = jumlah responden

Distribusi (tabel t) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan (dk = n-2)

Kaidah keputusan : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid
 Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid

Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2004) Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Potensi industri manufaktur UMKM di Jawa Timur pada 2008 tercatat 702.379 unit usaha, dapat menyerap sebanyak 2.591.185 tenaga kerja. Sedangkan pada 2009, dengan jumlah 716.441 unit usaha, mampu menyerap tenaga kerja 2.555.560 orang. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan industri manufaktur UMKM di Jawa Timur.

Tabel 4.1. Frekuensi Kelompok Usia

Kelompok Usia			
	Golongan Usia	Frekuensi	Persentase
Valid	kurang dari 25 th	31	21,985
	25 - 35 th	39	27,659
	36 - 45 th	22	15,602
	46 - 55 th	31	21,985
	lebih dari 55 th	18	12,765

Sumber: Data Primer, diolah

Peneliti melakukan penelitian pada 141 pengusaha mikro dan kecil yang berada di Jawa Timur. Dalam melakukan survey diketahui bahwa dari 141 responden yang ada sebesar 39 responden(27%) merupakan pengusaha yang masih berusia muda.

Tabel 4.2 Kerabat dekat/famili yang masih memiliki UKM

Kerabat dekat/famili yang masih memiliki UKM			
	Kategori Frekuensi	Frequency	Percent
Valid	Tidak Ada	9	6,382
	Ayah Kandung	43	30,496
	Ibu Kandung	11	7,801
	Ayah Mertua	1	0,709
	Ibu Mertua	1	0,709
	Paman/Bibi	12	8,510
	Adik/Kakak Kandung	50	35,460
	Adik/Kakak Misanan	4	2,836
	Lainnya	9	6,382

Sumber: Data Primer, diolah

Survey yang dilakukan oleh peneliti membahas mengenai modal sosial pada responden, dan berdasar tabel di atas sebesar 94% mengatakan bahwa responden mempunyai kerabat dekat yang masih memiliki UKM tersebut.

Uji validitas *Entrepreneurial Leadership*

Indikator	Item	Pearson Correlation (sig 2tailed)	Ket.
<i>Able to Motivate</i>	Memacu semangat kerja orang lain untuk kinerja maksimal	0.00	Valid
	Mengarahkan orang lain untuk bekerja tepat	0.00	Valid
<i>Visionary</i>	Memiliki gambaran usaha di masa depan	0.00	Valid
	Mampu menceritakan pada orang lain usaha yang saya geluti	0.00	Valid
	Mampu mengkomunikasikan harapan bisnis saya	0.00	Valid
	Mampu meyakinkan orang lain tentang prospek bisnis saya	0.00	Valid
<i>Proactive</i>	Memberikan respon positif terhadap peristiwa yang terjadi	0.00	Valid
	Melihat dan membaca peluang yang terjadi di pasar	0.00	Valid
	Memberikan kebebasan orang lain untuk menciptakan bisnis baru	0.00	Valid
	Mendorong orang lain untuk kreatif dalam menciptakan produk baru	0.00	Valid
<i>Inovativeness</i>	Aktif dalam mencari ide	0.00	Valid
	Mengajak orang lain berpikir guna menemukan bisnis baru	0.00	Valid
	Memberikan kebebasan orang lain untuk menciptakan bisnis baru	0.00	Valid
	Mendorong orang lain untuk kreatif dalam menciptakan bisnis baru	0.00	Valid
<i>Risk Taking</i>	Bersedia menanggung kemungkinan kerugian materi	0.00	Valid
	Bersedia menanggung kemungkinan kerugian financial	0.00	Valid

	Bersedia menanggung kemungkinan kerugian dalam aspek social kehidupan	0.00	Valid
Achievement Oriented	Memberikan perhatian yang lebih dalam bisnis yang saya geluti	0.00	Valid
	Mendelegasikan tugas dengan baik sekaligus mengawasi prosesnya	0.00	Valid
	Mau untuk mengawasi proses bisnis dari hulu-hilir	0.00	Valid
	Mau mengganti rencan yang telah direncanakan apabila ada masukan yang lebih baik	0.00	Valid
Persistence	Memiliki daya tahan terhadap tekanan pekerjaan	0.00	Valid
	Bertindak konkrit saat ada hambatan timbul	0.00	Valid
	Gigih bertindak mengatasi hambatan	0.00	Valid
	Terus bertahan pada pekerjaan meski penuh tantangan	0.00	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan hasil 25 item pertanyaan yang ada, menunjukkan bahwa semuanya adalah valid.

Uji Reliabilitas Entrepreneurial Leadership

Hasil uji reliabilitas data yang diolah ini menunjukkan data yang reliabel karena memiliki Cronbach Alpha sebesar 0,919 dimana hal tersebut lebih besar dari batas penelitian 0,8. Dari 25 item pertanyaan yang ada menunjukkan semuanya reliabel.

Uji Validitas Modal sosial

hasil uji validitas dari Modal sosial menunjukkan hasil korelasi yang signifikan (menggunakan $\alpha = 5\%$). Dari 21 item tersebut tidak semuanya menunjukkan hasil yang valid, Dukungan finansial pasangan hidup menunjukkan angka 0,96 dimana hal tersebut melebihi nilai signifikan sebesar 0,05 dan hal tersebut merupakan tidak valid. Begitu juga dengan dukungan jaringan pasangan hidup 0,187 yang melebihi nilai signifikan juga. Item yang tidak valid tersebut tidak digunakan di dalam penelitian.

Uji Reliabilitas Entrepreneurial Leadership

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Entrepreneurial Leadership

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	25

Sumber: Data Primer, diolah

Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel karena dia atas 0,8.

Crosstabulation

Cross Tabulation merupakan sebuah tabel silang yang terdiri atas satu baris atau lebih. Melalui analisa cross tabulation ini akan membantu kita dalam memahami sebuah variabel, dimana melalui analisa ini kita akan mendapatkan tabel-tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel dengan jumlah kategori atau nilai pembeda yang terbatas. Melalui analisa ini, peneliti pun mampu untuk mengetahui hubungan antara baris dan kolom. Berikut akan peneliti sajikan beberapa hasil analisa cross tabulation dari masing-masing variabel dengan beberapa jumlah kategori atau nilai pembedanya.

Dari analisa Tabel 4.18 Entrepreneurial leadership dan Dukungan Finansial, moril Orang Tua Crosstabulation dapat diketahui bahwa orang yang memiliki karakteristik entrepreneurial leadership tinggi ternyata mendapat dukungan yang besar dari orang tua baik itu finansial, dan moril. Hal ini

dapat dilihat dari tabel di atas, di mana dari 141 responden, 33 responden (23%) yang memiliki dukungan finansial orang tua, dan dari 141 responden terdapat 48 responden (34%) yang memiliki dukungan moril orang tua. Sedangkan responden yang memiliki entrepreneurial leadership yang sedang cenderung mendapat dukungan finansial yang sedang pula dari orang tua terlihat dari tabel di atas dari 141 responden sebesar 11 responden (8%) yang mendapat dukungan yang sedang pula. Berbeda dengan dukungan moril yang diberikan oleh orang tua, tetap besar meskipun entrepreneurial leadershipnya sedang terlihat dari data tabel di atas dari 141 responden terdapat 15 responden (10.6%) mendapat dukungan yang besar pula untuk dukungan moril.

Dari analisa tabel Tabel 4.19 Entrepreneurial leadership dan Dukungan Finansial, moril Anggota Keluarga Crosstabulation dapat diketahui bahwa responden yang memiliki karakteristik entrepreneurial leadership tinggi ternyata mendapat dukungan yang besar dari anggota keluarga untuk dukungan moril. Hal ini dapat dilihat dari tabel di atas, di mana dari 141 responden, terdapat 44 responden (31%) yang memiliki dukungan moril anggota keluarga. Sama halnya dengan orang yang memiliki entrepreneurial sedang mendapat dukungan moril yang besar dimana hal tersebut dapat terlihat dari tabel di atas dari 141 responden sebesar 15 responden (10,6%) yang mengatakan mendapat dukungan moril yang besar pula. Berbeda dengan dukungan moril anggota keluarga, orang yang memiliki entrepreneurial leadership yang tinggi cenderung tidak mendapat dukungan finansial dari anggota keluarga terlihat dari tabel di atas dari 141 responden sebesar 44 responden (31%) yang tidak mendapat dukungan finansial dari anggota keluarga. Dari analisa tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki karakteristik entrepreneurial leadership tinggi ternyata mendapat dukungan yang besar dari teman untuk dukungan moril. Hal ini dapat dilihat dari tabel di atas, di mana dari 141 responden, 36 responden yang memiliki dukungan moril teman. Orang yang memiliki entrepreneurial sedang mendapat dukungan moril yang sedang pula dimana, dari 141 responden sebesar 14 responden (10%) yang mengatakan mendapat dukungan moril yang sedang. Berbeda dengan dukungan finansil teman, orang yang memiliki entrepreneurial leadership yang tinggi maupun sedang cenderung tidak mendapat dukungan finansial dari teman terlihat dari tabel di atas dari 141 responden sebesar 57 responden (40%) yang tidak mendapat dukungan finansial dari teman.

Tabel 4.21 Entrepreneurial leadership dan Dukungan Finansial Tetangga Crosstabulation

		Finansial					
		1	2	3	4	5	6
Entrepreneurial leadership	Rendah	1	0	0	0	0	0
	Sedang	22	3	5	4	2	2
	Tinggi	78	6	3	6	8	1

Sumber: Data Primer, diolah

Keterangan mengenai simbol angka modal sosial:

1= Tidak ada, 2= Sangat kecil, 3= Kecil, 4= Sedang, 5= Besar, 6=Sangat Besar

Dari analisa tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki karakteristik *entrepreneurial leadership* tinggi ternyata tidak mendapat dukungan finansial dari tetangga. Hal ini dapat dilihat dari tabel di atas, di mana dari 141 responden, 78 responden (55%) yang tidak memiliki dukungan finansial tetangga meskipun memiliki *entrepreneurial leadership* yang tinggi. Sama halnya dengan orang yang memiliki *entrepreneurial* sedang tidak mendapat dukungan finansial, dimana hal tersebut dapat terlihat dari tabel di atas dari 141 responden sebesar 22 responden (15%) yang mengatakan tidak mendapat dukungan finansial.

Dari analisa tabel 4.22 di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki karakteristik *entrepreneurial leadership* tinggi ternyata tidak mendapat dukungan finansial dari rekan. Hal ini dapat dilihat dari tabel di atas, di mana dari 141 responden terdapat 58 responden (41%) yang tidak memiliki dukungan finansial rekan. Sama halnya dengan orang yang memiliki *entrepreneurial* sedang tidak mendapat dukungan finansial dari rekan dimana hal tersebut dapat terlihat dari tabel di atas dari 141 responden sebesar 21 responden (15%) yang mengatakan tidak mendapat dukungan finansial dari rekan.

Tabel 4.23 Entrepreneurial leadership dan Dukungan Finansial Kelompok organisasi Crosstabulation

		Finansial					
		1	2	3	4	5	6
Entrepreneurial leadership	Rendah	1	0	0	0	0	0
	Sedang	23	2	1	4	5	3
	Tinggi	73	6	6	5	10	2

Sumber: Data Primer, diolah

Keterangan mengenai simbol angka modal sosial:

1= Tidak ada, 2= Sangat kecil, 3= Kecil, 4= Sedang, 5= Besar, 6=Sangat Besar

Dari analisa tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki karakteristik *entrepreneurial leadership* tinggi ternyata tidak mendapat dukungan finansial dari kelompok organisasi. Hal ini dapat dilihat dari tabel di atas, di mana dari 141 responden terdapat 73 responden (52%) yang tidak memiliki dukungan finansial tetangga meskipun memiliki *entrepreneurial leadership* yang tinggi. Sama halnya dengan orang yang memiliki *entrepreneurial* sedang tidak mendapat dukungan finansial dari kelompok organisasi tertentu dimana hal tersebut dapat terlihat dari tabel di atas dari 141 responden sebesar 23 responden (16%) yang mengatakan tidak mendapat dukungan finansial dari kelompok organisasi. Dari penelitian diatas responden yang memiliki *entrepreneurial leadership* yang tinggi dimana responden tersebut mampu menciptakan perubahan baik pada karakter maupun lingkungannya sesuai Thornberry (2006), itu memiliki modal sosial yang besar, karena memiliki dukungan sosial, baik itu melalui *bonding* (orang tua, anggota keluarga, teman) ataupun *Bridging* (rekan, kelompok atau organisasi tergabung) sesuai dengan Wendy Stone (2003).

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

1. Responden yang diteliti memiliki modal sosial yang besar, dimana hal tersebut mengacu pada dukungan finansial oleh orang tua, jaringan oleh orang tua, anggota keluarga, teman, rekan, kelompok organisasi, moril orang tua, anggota keluarga, teman.

2. Berdasarkan hasil Analisa nilai *mean* dari variabel *entrepreneurial leadership* termasuk kedalam kategori tinggi. Dimana hasil tertinggi terdapat pada indikator *persistence* yang menunjukkan angka. Selain itu hasil tertinggi pada item juga terdapat pada *persistence* yaitu pada terus bertahan pada pekerjaannya meski penuh tantangan.

3. Responden yang memiliki modal sosial yang besar baik dalam finansial maupun moril (khususnya jaringan berupa orang tua, anggota keluarga, teman, rekan, kelompok organisasi) memiliki *entrepreneurial leadership* yang tinggi.

Saran

1. Bagi wirausahawan

Sebagai seorang wirausahawan hendaknya meningkatkan lagi sikap keproaktifan dalam memberikan respon positif dalam setiap peristiwa sehingga dapat mempererat hubungan yang terjalin dan pada akhirnya akan meningkatkan dukungan dalam bidang finansial, maupun dukungan moril. Selain itu seorang wirausahawan diharapkan mampu untuk dapat bersikap lebih *flexible* dalam arti mampu beradaptasi dengan sifat-sifat yang dimiliki oleh orang lain sehingga seorang wirausahawan tersebut dapat menjalin hubungan yang ada baik itu terhadap rekan, anggota keluarga, orang tua, teman, kelompok organisasi dimana hal tersebut dapat membuat seorang wirausahawan tersebut dapat memiliki modal sosial yang besar.

2. Bagi peneliti berikutnya

Bagi peneliti berikutnya diharapkan mampu untuk memperkaya teori dalam modal sosial seperti *linkage social capital*, sehingga otomatis indikatornya akan bertambah di dalam indikatornya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2008). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Covey, S.R. (1994). *Tujuh Kebiasaan Manusia yang Sangat Efektif*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Davidsson, Per and Honig, Benson (2003). The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 18(3):pp. 301-331.
- Fahmi, Irham. (2010). *Management Risiko Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Goossen, Richard J.(2007). *Entrepreneurial Leaders: Reflection on Faith at Work*. Vancouver: Trinity Western University Publishing.
- Hastono, S.P.(2001). *Analisis Data* . Jakarta, Penerbit : Pustaka Fakultas Kesehatan Masyarakat-UI.
- Hasbullah, J.(2006). *Sosial Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.

