

PENGARUH FAKTOR MODAL PSIKOLOGIS, KARAKTERISTIK ENTREPRENEUR, INOVASI, MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA, DAN KARAKTERISTIK UKM TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL (Studi kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)

Reni Shinta Dewi

Jurusan Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro

Email: renishinta@yahoo.co.id

Abstract

This research intends to find out the effect of psychological capital entrepreneur, human resource management, innovation, characteristics of the entrepreneur, and SMEs characteristics to the development of businesses. The study was conducted in Semarang city, the sample were 32 merchants who employ labor at Peterongan market. The research type is explanatory research. Data analysis using linear regression. The results showed that Psychological Capital Variables, Entrepreneur Characteristics, Innovation, Human Resource Management and Characteristics Of SMEs either partially or simultaneously have an influence on the Development Of Business In Traditional Markets of Peterongan. Psychological Capital is the most influencing variable to the Development Of Business. Recommendation for trader in the traditional market is they need to always foster an optimistic attitude in running the business. This attitude can be formed by creating a bevy of fellow traders so that every issue can be resolved soon. Besides the characteristic form of motivation to strive entrepreneur must be maintained by attending various training such as retail training in financial management, merchandise arrangements that will grow the innovation and creativity that never died for business development.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh modal psikologis *entrepreneur*, manajemen sumber daya manusia, inovasi, karakteristik dari *entrepreneur*, dan karakteristik usaha itu sendiri terhadap perkembangan usaha. Penelitian dilakukan di kota Semarang dengan sampel sebanyak 32 pedagang yang memiliki tenaga kerja di Pasar Peterongan. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Analisis data menggunakan uji regresi linier. Hasil uji analisis regresi didapat bahwa variabel modal psikologis, karakteristik *entrepreneur*, inovasi, manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UKM baik secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional peterongan. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah Modal Psikologis. Rekomendasi bagi para pedagang di Pasar Peterongan adalah perlunya untuk selalu memupuk sikap optimis dalam menjalankan usaha. Sikap ini bisa dibentuk dengan membuat perkumpulan sesama pedagang sehingga setiap ada persoalan dapat segera teratasi. Selain itu karakteristik *Entrepreneur* berupa motivasi untuk berusaha harus selalu dijaga dengan mengikuti berbagai pelatihan seperti pelatihan ritel dalam hal pengelolaan keuangan, pengaturan barang dagangan sehingga akan tumbuh inovasi dan kreativitas yang tidak pernah mati demi untuk perkembangan usaha.

Keyword

Psychological Capital, Entrepreneur Characteristics, Innovation, Human Resource Management, Business Development and Characteristics Of SMEs

Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen SDM, Karakteristik UKM dan Perkembangan Usaha

PENDAHULUAN

Pengaruh liberalisasi investasi menyebabkan banyak bermunculan ritel dari luar negeri dengan kemampuan kapital yang luar biasa melakukan aktivitasnya di Indonesia. Kondisi ini semakin terasa,

setelah dikeluarkannya Keppres No 96/1998 tentang Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal. Keberadaan Keppres ini mengundang masuk *retailer* asing untuk membuka usahanya di Indonesia ditambah dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern yang serba praktis (Bagus, 2009).

Hal ini membuat membuat pasar tradisional semakin terdesak, pasar tradisional sendiri merupakan salah satu alat yang dapat memperkokoh perekonomian, mengingat bahwa usaha kecil yang berada di industri ritel tradisional terbukti tidak rentan terhadap imbas krisis multidimensional yang melanda Indonesia sejak 1997. Sebagian besar masyarakat Indonesia tetap mengandalkan pasar tradisional, karena jumlah pekerja kelas menengah ke bawah terserap cukup banyak. Oleh karenanya, jika pasar dibiarkan mati karena hadirnya pasar modern dan hypermarket, potensi pengangguran akan terus bertambah (Jemabut, 2011).

Di Indonesia pangsa pasar dan kinerja usaha pasar tradisional menurun, sementara pada saat yang sama pasar modern mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kontribusi pasar tradisional sekitar 69,9% pada 2007, menurun dari tahun sebelumnya (2006) sekitar 73,7%. Kondisi sebaliknya terjadi pada Supermarket dan Hypermarket, kontribusi mereka kian hari kian besar. Pada 2006 kontribusi pasar modern sebesar 26,3% mengalami kenaikan pada tahun berikutnya, 2007 menjadi 30,1% (AC. Nielsen, 2007).

Selama ini kehadiran pasar modern selalu dipertentangkan dengan keberadaan pasar tradisional sebagai dua kutub yang berbeda. Berbelanja di pasar modern lebih mudah dengan fasilitas yang serba lengkap dan dikelola dengan profesional. Di samping itu dibandingkan pasar tradisional, pasar modern juga memiliki pelayanan yang lebih menarik daripada pasar tradisional, serba instan dengan kemasan yang lebih baik sehingga barang-barang yang bersifat mudah rusak (*perishable*) dan tahan lebih lama meski dengan harga yang sedikit lebih mahal (Kusdarjito, 2009).

Sedangkan di pasar tradisional masih dihadapkan dengan ketidaknyamanan berbelanja. Hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Ekapribadi (2007) menyebutkan ada beberapa kelemahan yang dimiliki pasar tradisional. Kelemahan tersebut telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah. Faktor desain dan tampilan pasar, atmosfir, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi pengeluaran, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

Menurunnya minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional selain disebabkan karena kurang berkembangnya pasar tradisional, juga dipengaruhi oleh minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional (Wiboonpongse dan Sriboonchitta, 2006). Hal ini diperkuat dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Paesoro (2007), penyebab utama kalah bersaingnya pasar tradisional dengan supermarket adalah lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktur pasar tradisional, bukan semata-mata karena keberadaan supermarket. Supermarket sebenarnya mengambil keuntungan dari kondisi buruk yang ada di pasar tradisional (Trisno, 2011).

Namun demikian, pasar tradisional juga memiliki beberapa keunggulan dalam pelayanan bersaing secara alamiah seperti lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli yang merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indiarti dan Langenberg (2004) mengenai perkembangan usaha UKM menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan

usaha tradisional adalah modal psikologis *entrepreneur*, manajemen sumber daya manusia, inovasi, karakteristik dari *entrepreneur*, dan karakteristik usaha itu sendiri.

Fenomena modernisasi dan globalisasi ini terjadi di hampir semua perkotaan di Indonesia, tidak terkecuali di kota Semarang. Pada tahun 2010, jumlah pasar yang dimiliki Pemerintah Kota Semarang yang dikenal dengan pasar tradisional adalah sejumlah 67 pasar yang tersebar di seluruh Kota Semarang (Bappeda, 2010). Sedangkan, jumlah pasar modern, sampai dengan tahun 2010 tercatat sejumlah 723 unit (Bappeda, 2010).

Salah satu pasar tradisional di kota Semarang adalah pasar Peterongan. Lokasi pasar Peterongan yang berada di tengah-tengah perumahan penduduk dengan tingkat kepadatan cukup tinggi merupakan masalah tersendiri, selain kesulitan lahan untuk pengembangan pasar juga sirkulasi di sekitar pasar menjadi semakin tidak teratur oleh aktivitas warga. Alih fungsi zona pemukiman menjadi area komersial tersebut terlihat pada kawasan perumahan di sekitar Pasar Peterongan yang berubah menjadi deretan pertokoan, bahkan di wilayah tersebut kini telah terdapat dua buah pasar modern multistories dengan hadirnya "Java Supermall" mendampingi supermarket "Sri Ratu" yang telah ada sebelumnya, serta berdirinya swalayan "Ramai", toko grosir "Anterah" dan mewabahnya minimarket Indomaret dan Alfamart di sekitar pasar Peterongan yang mendorong munculnya persaingan.

Selain itu beberapa permasalahan berkaitan dengan keberadaan pasar tradisional saat ini antara lain sebagai berikut (Bappeda, 2010): (a) Meningkatnya pasar-pasar modern, baik skala regional seperti supermarket dan hipermarket, sampai dengan skala lingkungan berupa minimarket yang dikelola pengusaha besar dan konglomerasi ritel bermunculan di kawasan permukiman di Kota Semarang, dinilai memiliki kecenderungan dalam mendesak eksistensi warung, toko dan pedagang pasar tradisional; (b) Kondisi pasar tradisional secara fisik tertinggal dari pasar modern, dikarenakan rendahnya tingkat kesadaran terhadap kedisiplinan, kebersihan dan ketertiban, maupun kurangnya perhatian terhadap pemeliharaan sarana fisik (kondisi lingkungan yang kotor, bau dan becek).

Berdasarkan alasan logis tersebut penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik UKM terhadap perkembangan usaha pedagang di pasar Peterongan baik secara parsial maupun secara simultan.

KAJIAN TEORI

Perkembangan perusahaan didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk membuat tindakan dan hasil yang dapat diterima (Pfeffer & Salancik, 1978). Namun perkembangan perusahaan harus dapat dikonsepsikan dan dioperasionalisasikan, serta dapat diukur dalam beberapa cara. Hal senada dikemukakan Kaplan dan Norton (dalam Riyanti, 2003) yang menegaskan bahwa kinerja keuangan tidak mampu "bicara banyak" tentang masa lalu perusahaan atau tidak otomatis membawa perusahaan ke arah yang lebih baik. Indiarti dan Langenberg (2004) merumuskan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha diantaranya adalah Modal Psikologis, Karakteristik *Entrepreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM

Modal psikologis dikonseptualisasikan oleh Hmieleski dan Car (2008) sebagai bagian pembangun atau fondasi yang terdiri dari elemen-elemen: *self-efficacy* (Bandura, 1997), *optimism* (Carver & Sheier, 2003), *hope* (Snyder, Sympson, & Ybasco, 1997), dan *resiliency* (Masten, 2001). Orang memutuskan untuk menjadi wirausaha bukan karena dia tidak mampu mendapatkan

pekerjaan yang baik. Banyak wirausaha berpendidikan baik dan memiliki pekerjaan yang mapan sebelum memutuskan menjadi wirausaha. Seseorang mau menjadi wirausaha karena tidak takut untuk bekerja keras, tetapi justru menganggap kerja keras sebagai tantangan. Keputusan untuk memulai usaha sendiri juga mensyaratkan adanya motivasi internal, seperti ingin beraktualisasi (Riyanti, 2003).

Karakteristik *Entrepreneur* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kewiraswastaan berasal dari kata *entrepreneur* (bahasa Inggris) adalah "orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya" (Sumarsono, 2010). Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Setiap pikiran dan langkah wirausahawan adalah bisnis. Bahkan, mimpi seorang pebisnis sudah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnis-bisnis baru. Ketrampilan dan strategi seorang wirausaha harus mampu menciptakan suatu peluang, mengantisipasi serta mengupayakan kesuksesan bagi dirinya, perusahaannya, maupun orang lain. Segala sesuatu tentang kesuksesan wirausaha yg berhubungan dengan usahanya tersebut dapat dipelajari, dilatih dan dikenal selama ini sebagai kewirausahaan. Disiplin ilmu kewirausahaan dalam perkembangannya mengalami perkembangan yang cepat di berbagai bidang seperti: industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan dan pada bidang lain. Kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup (usaha) (Kristanto, 2009). Oleh karenanya seorang wirausaha yang berhasil harus mempunyai karakteristik kewirausahaan. Karakteristik tersebut meliputi karakteristik demografi seperti umur dan jenis kelamin, serta latar belakang individu seperti pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya memiliki dampak terhadap niat dan upaya *entrepreneur* (Kolvereid, 1996; Mazzarol, Volery, Doss, dan Thein, 1999).

Thompson (2005) mendefinisikan inovasi sebagai "pembangkit, penerimaan dan penerapan ide baru, proses, produk atau jasa". Sementara itu menurut Jensen dan Webster (dalam Sumarsono, 2010) aspek inovasi mencakup empat bagian: produk, proses, organisasi, dan pemasaran. Seorang wiraswasta yang unggul memiliki sifat-sifat kreatif, inovatif, originalitas, berani mengambil risiko, berorientasi ke depan dan mengutamakan prestasi, tahan uji, tekun, tidak gampang patah semangat, bersemangat tinggi, berdisiplin baja dan teguh dalam pendirian. *Entrepreneurship* tidak dapat diajarkan dalam sebuah seminar atau sebuah buku, seperti juga berenang, main golf, ataupun naik sepeda. Perlu sebuah praktik dan contoh aktual dan pembuktian di lapangan untuk membentuk sebuah kemampuan berwiraswasta. Penalaran adalah cara terbaik untuk mengajarkan *entrepreneurship* (Sumarsono, 2010). Inti dari kewiraswastaan adalah adanya kemampuan untuk melakukan inovasi agar terjadi pemindahan sumber daya ekonomi dari kawasan produktivitas rendah ke kawasan produktivitas tinggi.

Schemerhorn (2001) mendefinisikan manajemen sumber daya manusia sebagai proses merekrut, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang berbakat dan energik untuk mendukung misi, tujuan dan strategi organisasi. Menurut Havenga (2009) ada empat bagian pokok dalam manajemen sumber daya manusia yaitu seleksi dan rekrutmen, komunikasi dan motivasi, pelatihan dan pengembangan, serta kesejahteraan dan kompensasi.

Asal usul perusahaan, lamanya perusahaan tersebut telah beroperasi, ukuran perusahaan, dan sumber pendanaannya dikategorikan sebagai faktor karakteristik dari UKM (Indiarti & Langenberg, 2004).

METODE

Penelitian ini menggunakan tipe *Eksplanatory Research*, yaitu tipe penelitian yang menjelaskan pengaruh antar variabel yang ada. Dalam hal ini peneliti akan menentukan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel yang lain kemudian dimasukkan ke dalam permasalahan dan dirumuskan dengan jelas dengan hipotesis (Istijanto, 2005). Adapun variabel penelitian ini adalah variabel faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Karakteristik UKM dan Perkembangan Usaha pedagang tradisional di pasar Peterongan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang sembako dan snack di pasar Peterongan yang memiliki pegawai/tenaga kerja. Adapun jumlah pedagang sembako dan snack di pasar Peterongan adalah sebanyak 32 pedagang. Oleh karena itu jumlah sampel yang diambil adalah keseluruhan dari jumlah populasi penelitian, mengingat jumlahnya yang tidak terlalu besar akan tetapi sesuai dengan kaidah jumlah sampel dalam pengolahan statistic ($n=30$) (Parasuraman, 1991).

Analisis data menggunakan analisis regresi dimana analisis ini dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna, atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana dan berganda (Triton, 2006) dengan menggunakan bantuan SPSS ver. 16.00.

HASIL

Modal Psikologis Entrepreneur seperti optimis, mempunyai daya tahan, bekerja keras, mempunyai visi kedepan serta berani mengambil risiko merupakan faktor utama dalam keberlangsungan perkembangan usaha. Tabel 1 menunjukkan hasil analisis regresi variabel Modal Psikologis Entrepreneur terhadap Perkembangan Usaha.

Tabel 1. Pengaruh Modal Psikologis Entrepreneur terhadap Perkembangan Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	.289	1.389		.208	.836
Modal_Psikplogis	.731	.068	.890	10.711	.000

Sumber: Data primer, diolah (2012)

Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel Modal Psikologis Entrepreneur berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha dengan nilai t_{hitung} sebesar 10,711 > t_{tabel} sebesar 1,0711. Riyanti (2003) menyebutkan bahwa orang memutuskan untuk menjadi wirausaha bukan karena dia tidak mampu mendapatkan pekerjaan yang baik. Banyak wirausaha berpendidikan baik dan memiliki pekerjaan yang mapan sebelum memutuskan menjadi wirausaha. Seseorang mau menjadi wirausaha karena tidak takut untuk bekerja keras, tetapi justru menganggap kerja keras sebagai tantangan. Keputusan untuk memulai usaha sendiri juga mensyaratkan adanya motivasi internal, seperti ingin beraktualisasi.

Karakteristik kewirausahaan adalah karakteristik *entrepreneur* atau pemilik usaha mikro yang juga bertindak sebagai manajer dalam bisnis pada saat yang sama (Devins, Johnson, Gold, & Holden, 2006). Tabel 2 menunjukkan hasil analisis regresi variabel Karakteristik Entrepreneur terhadap Perkembangan Usaha.

Tabel 2. Pengaruh Karakteristik Entrepreneur terhadap Perkembangan Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	
(Constant)	2.079	1.714		1.213		.235
1 Karakteristik_Entrepreneur	.618	.081	.812	7.628		.000

Sumber: Data primer, diolah (2012)

Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel Karakteristik Entrepreneur berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha dimana nilai t_{hitung} sebesar 10,711 > t_{tabel} sebesar 1,0711. Karakteristik tersebut meliputi karakteristik demografi seperti umur dan jenis kelamin, serta latar belakang individu seperti pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya memiliki dampak terhadap niat dan upaya *entrepreneur* (Kolvereid, 1996; Mazzarol, Volery, Doss, dan Thein, 1999).

Thompson (2005) mendefinisikan inovasi sebagai “pembangkit, penerimaan dan penerapan ide baru, proses, produk atau jasa”. Tabel 3 menunjukkan hasil analisis regresi variabel Inovasi terhadap Perkembangan Usaha.

Tabel 3. Pengaruh Inovasi terhadap Perkembangan Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	
1 (Constant)	1.730	1.463		1.183		.246
Inovasi	1.026	.089	.903	11.538		.000

Sumber: Data primer, diolah (2012)

Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel Inovasi berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha. Seorang wiraswasta yang unggul memiliki sifat-sifat kreatif, inovatif, originalitas, berani mengambil risiko, berorientasi ke depan dan mengutamakan prestasi, tahan uji, tekun, tidak gampang patah semangat, bersemangat tinggi, berdisiplin baja dan teguh dalam pendirian dalam mengelola usahanya. Demikian halnya dengan pedagang Pasar Peterongan meskipun kemampuan inovasi yang dimunculkan adalah sederhana, seperti adanya jasa antar kirim belanjaan, kemudahan pembayaran serta selalu mengusahakan produk-produk terbaru ternyata inovasi tersebut dapat membantu mereka dalam mengelola perkembangan usahanya.

Schermerhorn (2001) mendefinisikan manajemen sumber daya manusia sebagai proses merekrut, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang berbakat dan energik untuk mendukung misi, tujuan dan strategi organisasi. Ada empat bagian pokok dalam manajemen sumber daya manusia yaitu seleksi dan rekrutmen, komunikasi dan motivasi, pelatihan dan pengembangan, serta kesejahteraan dan kompensasi (Havenga, 2009). Tabel 4 menunjukkan hasil analisis regresi variabel Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Perkembangan Usaha.

Tabel 4. Pengaruh Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Perkembangan Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	3.341	1.558		2.144	.040
MSDM	.394	.052	.811	7.600	.000

Sumber: Data primer, diolah (2012)

Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel Manajemen Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 7,600 > t_{tabel} sebesar 1,0711 dengan nilai signifikansi sebesar .000 < 0.005 Perkembangan usaha dapat dilihat dari seberapa banyak sebuah usaha dapat mempekerjakan dan mempertahankan tenaga kerja yang berbakat dan energik untuk mendukung tujuan organisasi. Tenaga kerja yang handal dan mahir akan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan suatu usaha. Untuk itu dibutuhkan dorongan dan motivasi pemilik kios untuk selalu mengembangkan keterampilan karyawannya.

Indiarti & Langenberg (2004) mengkategorisasikan Karakteristik UKM sebagai asal usul perusahaan, lamanya perusahaan tersebut telah beroperasi, ukuran perusahaan, dan sumber pendanaannya. Tabel 5 adalah hasil analisis regresi variabel karakteristik UKM terhadap Perkembangan Usaha.

Tabel 5. Pengaruh Karakteristik UKM terhadap Perkembangan Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	3.015	1.245		2.422	.022
Karakteristik_UKM	1.103	.113	.873	9.799	.000

Sumber: Data primer, diolah (2012)

Dari hasil analisis regresi, didapat bahwa variabel Karakteristik UKM berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 9,799 > t_{tabel} sebesar 1,0711 dengan nilai signifikansi sebesar .000 < 0.005. Menurut penelitian yang pernah dilakukan oleh Staw (dalam Riyanti, 2003) *entrepreneurial age* (usia atau lamanya seseorang menjalankan usaha), ada kaitan dengan keberhasilan usaha. *Entrepreneurial age* memang mencerminkan adanya pengalaman usaha. Menurut Hisrich & Brush (dalam Riyanti, 2003), usaha yang berhasil saat ini biasanya bukan usaha yang pertama kali dilakukan. Kebutuhan akan pengalaman mengelola usaha semakin diperlukan dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indiarti dan Langenberg (2004) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tradisional adalah modal psikologis *entrepreneur*, manajemen sumber daya manusia, inovasi, karakteristik dari *entrepreneur*, dan karakteristik usaha itu sendiri. Tabel 6 adalah hasil analisis regresi berganda.

Tabel 6. Uji Signifikansi Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250.475	5	50.095	51.278	.000(a)
	Residual	25.400	26	.977		
	Total	275.875	31			

Sumber: Data primer, diolah (2012)

Tabel 7. Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	1.367	1.154		1.184	.247
Modal_Psiklogis	.807	.224	.639	3.597	.000
Karakteristik_Entrepreneur	.263	.090	.542	2.926	.007
Inovasi	.356	.173	.314	2.065	.049
MSDM	.163	.085	.215	1.933	.064
Karakteristik_UKM	.307	.122	.373	2.507	.019

Sumber: Data primer, diolah (2012)

Hasil analisis menunjukkan bahwa kelima variabel yaitu variabel modal psikologis, karakteristik entrepreneur, inovasi, manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UKM secara simultan mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional peterongan sebesar $F_{hitung} 51,278 > F_{tabel} 3,3158$ dengan nilai signifikansi $.000 > .005$. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah Modal Psikologis, hal ini terlihat dengan nilai signifikansinya berada dibawah 5 persen.

PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa Modal Psikologis mempunyai pengaruh paling besar terhadap Perkembangan Usaha para Pedagang Tradisional di Pasar Peterongan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indiarti dan Langenberg (2004), bahwasanya Perkembangan Usaha dipengaruhi oleh Modal Psikologis Entrepreneur, sebagai bagian pembangun atau fondasi dari sebuah perkembangan usaha yang terdiri dari elemen-elemen: *self-efficacy* (percaya diri), *optimism* (optimis), *hope* (harapan), dan *resiliency* (penuh semangat).

Demikian halnya dengan para Pedagang Pasar Peterongan. Meskipun diakui ada beberapa perbedaan kondisi dengan banyaknya bermunculan toko ritel modern akan tetapi sebagian besar Pedagang masih optimis terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. Bagi mereka perkembangan usaha harus diiringi dengan kerja keras dan rasa optimis, selain itu ada beberapa responden yang menyatakan bahwa meskipun usaha yang dijalankan kecil akan tetapi mereka puas karena dalam hidupnya tidak diperintah-perintah orang. Orang memutuskan untuk menjadi wirausaha bukan karena dia tidak mampu mendapatkan pekerjaan yang baik. Banyak wirausaha berpendidikan baik dan memiliki pekerjaan yang mapan sebelum memutuskan menjadi wirausaha. Seseorang mau menjadi wirausaha karena tidak takut untuk bekerja keras, tetapi justru menganggap

kerja keras sebagai tantangan. Keputusan untuk memulai usaha sendiri juga mensyaratkan adanya motivasi internal, seperti ingin beraktualisasi (Riyanti, 2003).

Ada enam sifat unggul (Riyanti, 2003) yang dapat dijadikan modal psikologis seorang entrepreneur dalam menjalankan dan mengelola usahanya, yaitu: (a) *Percaya diri*, terdiri dari: sifat yakin, mandiri, individualitas, optimisme, kepemimpinan, dan dinamis; (b) *Originalitas*, terdiri dari: sifat inovatif, kreatif, mampu mengatasi masalah baru, inisiatif, mampu mengerjakan banyak hal dengan baik, dan memiliki pengetahuan; (c) *Berorientasi manusia*, terdiri dari: sifat suka bergaul dengan orang lain, fleksibel, responsif terhadap saran/kritik; (d) *Berorientasi hasil kerja*, terdiri dari: sifat ingin berprestasi, berorientasi keuntungan, teguh, tekun, determinasi, kerja keras, penuh semangat, dan penuh energi; (e) *Berorientasi masa depan*, terdiri dari: sifat pandangan ke depan, ketajaman persepsi; (f) *Berani mengambil risiko*, terdiri dari: sifat mampu ambil risiko, suka tantangan.

Selain modal psikologis, Karakteristik Entrepreneur juga mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha. Karakteristik Entrepreneur, yang terdiri dari usia, pendidikan, latar belakang keluarga pedagang, dan pengalaman dalam menjalankan usaha memberikan pengaruh terhadap berkembang atau tidaknya usaha seseorang. Semakin baik pendidikan seseorang, semakin banyak pengalaman seseorang dalam menjalankan usaha, dan semakin mendukung lingkungan wirausaha dari seseorang akan berbanding lurus dengan keberhasilan usaha yang dijalani.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Staw (dalam Riyanti, 2003), usia bisa terkait dengan keberhasilan bila dihubungkan dengan lamanya seseorang menjadi wirausaha. Dengan asumsi bahwa usia kronologis seseorang terkait dengan *entrepreneurial age* (lamanya seseorang menjadi wirausaha). Ini berarti, dengan bertambahnya usia seorang wirausaha maka semakin banyak pengalaman di bidang usahanya. Dengan bertambahnya pengalaman ketika usia seseorang bertambah maka usia memang terkait dengan keberhasilan. Staw juga mengatakan bahwa adanya hubungan antara pengalaman dengan keberhasilan seseorang dalam menjalankan usaha. Dalam penelitiannya pada tahun 1991, ditemukan bahwa pengalaman dalam menjalankan usaha merupakan prediktor terbaik bagi keberhasilan, terutama bila bisnis baru itu berkaitan dengan pengalaman bisnis sebelumnya. Kebutuhan akan pengalaman mengelola usaha semakin diperlukan dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan. Menurut Staw (dalam Riyanti, 2003), ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibilitas yang ditularkan oleh orang tua seperti itu melekat dalam diri anak-anaknya sejak kecil. Sifat mandiri inilah yang kemudian mendorong mereka untuk mendirikan usaha sendiri. Dengan kata lain, semakin banyak pengalaman seseorang, semakin matang pendidikannya, adanya dukungan dari lingkungan keluarga pebisnis, dan semakin matang umurnya maka akan semakin baik pula perkembangan usaha yang dijalaninya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa berkembang atau tidaknya sebuah usaha bisnis sangat dipengaruhi oleh modal psikologis dari pedagang itu sendiri. Ketatnya persaingan dengan ritel modern, kondisi demografis yang mendukung maupun tidak mendukung pribadi pedagang, dan kondisi fisik pasar yang dianggap kurang mendukung usaha pedagang, akan mendorong pedagang untuk berfikir kreatif dan inovatif serta tanggap atas perubahan pasar yang terjadi. Permasalahan yang dihadapi oleh pedagang sembako di pasar tradisional Peterongan akan mendorong jiwa kewirausahaan yang lebih baik dalam menghadapi segala kendala yang ada saat ini. Dengan kemampuan berwirausaha yang baik maka akan mendorong perkembangan usaha yang baik dan sesuai dengan perencanaan yang diharapkan oleh pedagang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah bahwa variabel modal psikologis, karakteristik entrepreneur, inovasi, manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UKM mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional Peterongan baik secara parsial maupun secara simultan. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap perkembangan usaha pedagang pasar tradisional Peterongan adalah Modal Psikologis. Hal ini terlihat dari sikap optimis responden (pedagang) yang mempunyai pandangan ke depan serta mau bekerja keras dan berani mengambil risiko demi mengembangkan usaha yang telah dijalani.

Saran, berdasarkan temuan-temuan penelitian di atas maka beberapa saran yang dapat direkomendasikan adalah: (1) Modal Psikologis sebagai variabel yang mempunyai pengaruh paling besar dalam perkembangan usaha pedagang Pasar Peterongan. Oleh karenanya harus selalu dipupuk sikap optimis dalam menjalankan usaha. Sikap ini bisa dibentuk dengan membuat perkumpulan sesama pedagang sehingga setiap ada persoalan dapat segera teratasi; (2) Karakteristik Entrepreneur berupa motivasi untuk berusaha harus selalu dijaga dengan mengikuti berbagai pelatihan seperti pelatihan ritel dalam hal pengelolaan keuangan, pengaturan barang dagangan sehingga akan tumbuh inovasi dan kreativitas yang tidak pernah mati demi untuk perkembangan usaha, (3). Untuk penelitian selanjutnya bisa dilihat dari kebijakan Dinas Pasar terutama masalah yang berkaitan dengan revitalisasi pembangunan fisik pasar Peterongan demi keberlangsungan hidup pedagang tradisional.

DAFTAR REFERENSI

- A.C. Nielsen. 2007. *Kajian Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket Terhadap ritel/Pasar tradisional*. <http://www.acnielsen.de/documents/Hypermartket.PDF>. Diunduh tanggal 8 April 2012 jam 19.37.
- Bagus, Indro. 2009. *Belanja Ritel Modern Tembus Rp 100 Triliun di 2010*, <http://www.detikfinance.com/read/2010/09/09/130829/1438465/4> Kamis, 09/09/2010 13:08 WIB, diunduh tanggal 2 Februari 2011.
- Bandura, A. 1997. *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman.
- Carver, C. S., & Scheier, M. 2003. *Optimism*. In S. J. Lopez, & Snyder, C. R. (Ed.), *Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures*. Washington DC: American Psychological Association.
- Devins, D., Gold, J., Johnson, S. and Holden, R. 2006. *A Conceptual Model Of Management Learning In Micro Businesses: Implications For Research And Policy*, 47 (8/9), pp. 540-551.
- Ekapribadi, Wildan. 2007. *Pasar Modern: Ancaman bagi Pasar Tradisional*. <http://bimandiri.wordpress.com/2007/11/08/pasar-modern-ancaman-bagi-pasar-tradisional>. diunduh pada tanggal 8 April 2012 jam 19.30.
- Havenga, Werner 2009 *Managing Human Capital to ensure Small and Medium-sized Enterprise Competitiveness*. University of Johannesburg South Africa.

- Hmieleski, Keith M. and Carr, Jon C. 2008. The Relationships Between Entrepreneur Psychological Capital And New Venture. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Vol. 28: Iss. 4, Article 1.
- Indiarti, Nurul. dan Maria Langenberg. 2004. Factors Affecting Business Success among SMEs: Empirical Evidences from Indonesia. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, Volume III, Issue 2.
- Istijanto. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Karunika.
- Jemabut, Inno. 2011. *Berdayakan Pasar Tradisional*. <http://www.sinarharapan.co.id/content/read/> 8 Juli 2011. diunduh tanggal 7 April 2012. 15:45.
- Kolvreid, L. 1996. Prediction of Employment Status Choice Intentions. Entrepreneurship Theory and Practice. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Fall, 47-57.
- Kristanto, Heru. 2009. *Kewirausahaan Entrepreneurship: Pendekatan Manajemen dan Praktik*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Kusdarjito, Cungki. 2009. *Menyoal Pasar Tradisional di Perkotaan*. <http://www.bapeda.pemdadiy.go.id/detail.php/index/Menyoal-pasar-tradisional-di-perkotaan>. diunduh tanggal 6 April 2012 jam 14.30.
- Masten, A. S. 2001. Ordinary Magic: Resilience Processes In Development. *American Psychologist*, 56, 227-238.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. 1999. Factors influencing small business start-ups. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 5(2), 48-63.
- Paesoro, Adri. 2007. *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*. <http://www.Smeru.or.id>. diunduh tanggal 7 April 2012 Jam 15:46.
- Parasuraman, A. 1991. *Teknik Penarikan Sample* (terjemahan) Jilid III. Jakarta: UI-Press
- Pfeffer, J. & G. Salancik. 1978. *The External Control Of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper & Row.
- Riyanti, Benedicta Prihatin. 2003. *Kewirausahaan dari sudut pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT. Grasindo
- Schemerhorn, J.R. 2001. *Management Updated*. New York: John Wiley and Sons. Inc
- Snyder, C. R., Sympson, S. C., & Ybasco, F. C. 1996. Development and validation of the State Hope Scale. *Journal of Personality & Social Psychology*, 70(2): 321-335.
- Sumarsono, Sony. 2010. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thompson, V. A. 2005. Bureaucracy and Innovation. *Administrative Science Quarterly*. 10, pp. 1-20.
- Trisno, Iwan. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional di tengah Pesona Pasar Modern*. http://litbang.patikab.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=108:eksistensi-pasar-tradisional-ditengah-pesona-pasar-moder. diunduh tanggal 7 April 2012 jam 12.00
- Triton. 2006. SPSS 13.0 *Terapan, Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wiboonpongse, Aree dan Songsak Sriboonchitta. 2006. *Mengamankan Partisipasi Produsen Kecil dalam Sistem Agro-Makanan Nasional dan Regional Yang Terrestrukturisasi: Kasus*

Thailand. RegoverningMarkets[online] <http://www.regoverningmarkets.org/read/29/10/2010> diunduh tanggal 7 April 2012.

_____. 2010. **Masterplan Pengembangan Pola Perpasaran Kota Semarang** [http://bappeda.semarang.go.id/uploaded/publikasi/Pola Perpasaran.pdf](http://bappeda.semarang.go.id/uploaded/publikasi/Pola_Perpasaran.pdf). diunduh pada tanggal 6 April 2012 jam 22:34.