

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEWIRAUSAHAAN DI KLASTER INDUSTRI MEBEL KABUPATEN BLORA

Naniek Utami Handayani , Haryo Santoso, Yengky Imam Susanto

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto SH, Tembalang, Semarang

Telp/Fax (024) 7460052

naniekh@yahoo.com, haryokrmt@gmail.com, yengky.imam@gmail.com

Abstrak

Peningkatan jumlah pengrajin di Blora mendorong persaingan yang ketat, sehingga mengurangi tingkat pendapatan. Untuk meningkatkan pendapatan, pengrajin mebel dituntut untuk mampu bersaing dengan orang lain. Pengrajin harus berusaha untuk bersaing dan meningkatkan keterampilan kewirausahaan. Tulisan ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan kewirausahaan dari para pengrajin di Blora. Penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square untuk menguji model konseptual dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan dipengaruhi oleh kondisi yaitu variabel perusahaan, risiko mengambil, proaktif, inovasi, dan budaya.

Kata Kunci : kewirausahaan, industri mebel, PLS

Abstract

An increasing number of artisans in Blora encourage intense competition, so that reduce levels of income. To increase revenue, furniture craftsmen are required to be able to compete with others. Craftsmen must effort to compete and improve entrepreneurial skills. This paper aims to identify the factors that influence the entrepreneurial ability of the craftsmen in Blora. This study uses a Partial Least Square method to test the conceptual model and analyze the factors that affect entrepreneurship. The results showed that entrepreneurship is affected by the variable i.e. condition of the company, risks taking, proactive, innovation, and culture.

Keywords : entrepreneurship, industrial furniture, PLS

PENDAHULUAN

Schuler (1986) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah penciptaan atau inovasi yang dilakukan untuk menghasilkan produk/jasa baru dalam organisasi organisasi yang baru. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kewirausahaan antara lain kondisi perusahaan, keberanian mengambil resiko, inovasi, proaktif dan budaya.

Lionberger dan Gwin (1982) menyatakan bahwa inovasi bukan sekedar menciptakan sesuatu yang baru, tetapi sesuatu yang dinilai baru atau dapat mendorong terjadinya pembaharuan dalam berwirausaha atau pada lokalitas tertentu.

Salah satu karakter penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi

perusahaan tidak dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhannya. Untuk itu diperlukan inovasi secara terus menerus jika perusahaan ingin tetap bertahan.

Industri mebel merupakan industri unggulan kabupaten Blora. Sektor ini merupakan penyumbang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tertinggi. Industri mebel di Blora didominasi oleh Industri Kecil dan Menengah yang berkelompok membentuk sentra-sentra di beberapa daerah seperti sentra industri kerajinan seni ukir kayu, sentra industri bubut kayu, dan lain-lain. Sentra-sentra industri tersebut

berkembang dengan sangat baik dengan area pemasaran yang cukup luas, tersebar di berbagai kota di Indonesia, seperti Yogyakarta, Jakarta, Bali hingga Sumatera. Selain itu, banyak pembeli mengunjungi sentra industri tersebut secara langsung baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Peningkatan jumlah pengrajin yang ada di kabupaten Blora mendorong timbulnya persaingan yang ketat, sehingga menurunkan tingkat pendapatan para pengrajin. Untuk meningkatkan pendapatan, pengrajin dituntut untuk mampu bersaing dengan pengrajin lainnya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan pengrajin agar mampu bersaing adalah terus berupaya meningkatkan kemampuan kewirausahaan. Oleh karena itu, permasalahan yang dikaji pada penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kemampuan kewirausahaan pada pengrajin mebel di Kabupaten Blora.

Makalah ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kemampuan kewirausahaan pada pengrajin mebel di Kabupaten Blora.

METODOLOGI

Tahapan penelitian ini dibagi menjadi:

- Studi pendahuluan
Bertujuan untuk mengetahui kondisi industri mebel di kabupaten Blora. Studi pendahuluan ini dilakukan dengan observasi langsung dan wawancara pada beberapa pengrajin di sentra industri mebel Blora.
- Studi literatur
Bertujuan untuk mengkaji literatur-literatur yang terkait dengan area kajian kewirausahaan pada industri kecil dan menengah.
- Studi Lapangan
Bertujuan untuk melakukan pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode, diantaranya:
 - a. Wawancara, yaitu melakukan wawancara dengan pihak industri mebel dan pihak terkait untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

- b. Observasi, yaitu melakukan pengumpulan data secara langsung di lapangan untuk beberapa waktu.
- c. Studi pustaka, yaitu pengkajian dan pemahaman literatur atau materi yang berhubungan dengan penelitian
- d. Kuesioner, yaitu penyusunan pertanyaan-pertanyaan yang disebarakan kepada responden yang berhubungan dengan penelitian

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini mencakup:

1. Data nilai penjualan mebel di Blora
2. Data PDRB di Blora
3. Data pengrajin pada klaster

PENGEMBANGAN MODEL KONSEPTUAL

Menurut Soenarto (2005), *entrepreneurship* berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan usaha kecil menengah. Menurut Hisrich dalam Mayasari (2009), kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang baru. Menurut Covin dan Slevin (1989), faktor yang membentuk *entrepreneur* meliputi:

a. Kondisi Perusahaan

Kondisi Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah adalah variabel-variabel yang sudah ada dan dimiliki oleh suatu perusahaan yaitu sumber daya manusia (*human resource*), modal (*capital resource*), sumber daya fisik dan sumber daya pengetahuan, serta faktor lokasi klaster itu sendiri. Dimensi-dimensi pada kondisi perusahaan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Dimensi pada Kondisi Perusahaan

Dimensi	Elemen
Sumber daya manusia (SDM)	Keahlian Kualitas
Bahan baku	Ketersediaan bahan baku Kualitas bahan baku
Pemodalan	Kondisi Akses

b. Keberanian mengambil resiko (*risk-taking*)

Keberanian mengambil resiko adalah keberanian manager untuk membuat keputusan besar dan komitmen yang beresiko dimana memiliki kesempatan kegagalan yang berharga. Menurut Miller dan Friesen (1983), dimensi *risk taking* yaitu kesiapan mental dan strategi. Dimensi-dimensi pada keberanian mengambil resiko disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Dimensi pada Keberanian Mengambil Resiko

Dimensi	Elemen
Kesiapan mental	Keberanian memenuhi resiko Keberanian memproduksi barang
Strategi	Keberanian berinovasi

c. Proaktif

Proaktif mengacu pada proses mengantisipasi dan bertindak atas kebutuhan masa depan dengan mencari peluang-peluang baru. Dimensi proaktif terdiri dari orientasi pasar dan pengumpulan informasi. Orientasi pasar adalah kunci untuk menghadapi dan bereaksi terhadap perubahan lingkungan pasar. Pengumpulan informasi merupakan tindakan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan pesaing (Venkatraman, 1989; Andreu Blesa dan Maria Ripollés, 2003). Dimensi-dimensi pada proaktif disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Dimensi pada Proaktif

Dimensi	Elemen
Orientasi pasar	Orientasi Usaha Pemanfaatan peluang pasar
Pengumpulan informasi	Pencarian peluang order

d. Inovasi (*innovation*)

Inovasi adalah menciptakan produk baru atau metode produksi baru, membuka pasar baru atau sumber-sumber pasokan baru, atau mendefinisikan ulang industri

(Wiklund, 1999), kreatifitas sebagai produksi ide-ide baru dan memiliki manfaat, dan inovasi sebagai implementasi dari ide-ide kreatif yang berhasil dalam sebuah organisasi. Dimensi-dimensi pada inovasi disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Dimensi pada Inovasi

Dimensi	Elemen
Kreativitas produk	Inovasi desain produk Kuantitas kreativitas produk
Proses baru	Inovasi proses manufaktur

e. Budaya (*culture*)

Budaya adalah daerah program mental yang mempengaruhi cara berfikir dan perilaku manusia, secara kolektif program mental seseorang atau sekelompok orang dalam suatu negara disebut dengan kebudayaan nasional. Menurut Hofstede (1991), dimensi budaya antara lain paradigma individual dan lingkungan sekitar. Dimensi-dimensi pada budaya disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 Dimensi pada Budaya

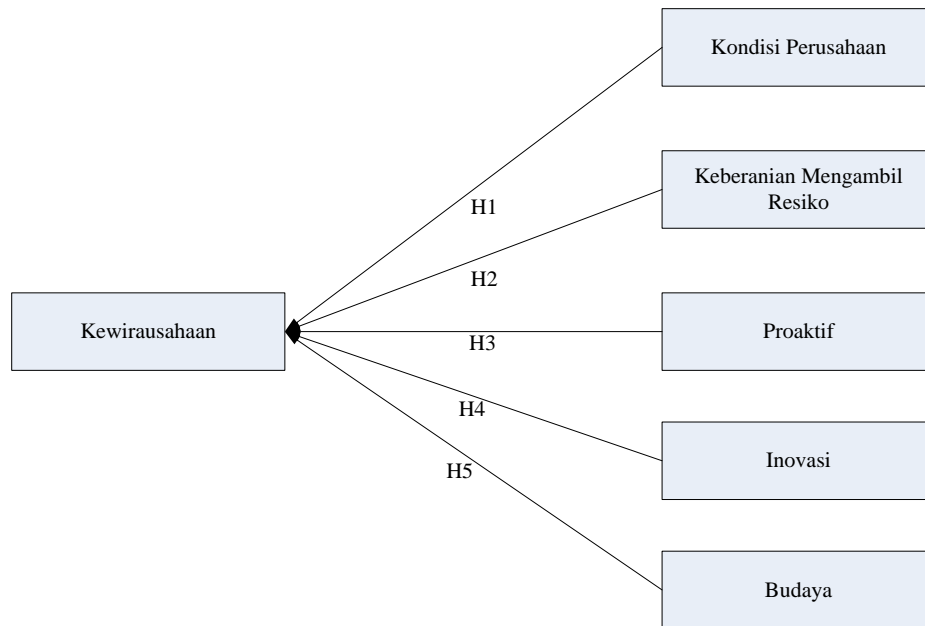
Dimensi	Elemen
Paradigma individu	Orientasi jangka panjang Sejarah organisasi
Lingkungan	Hubungan kekerabatan Tingkat kesejahteraan

f. Kewirausahaan (*Entrepreneurship*)

Kewirausahaan adalah sebagai suatu proses dari pengembangan perusahaan yang tidak berkaitan dengan usaha yang sudah ada dan biasanya dilakukan secara individu atau bersama tetapi bukan sebagai penemu dari hasil suatu produk (Swierczek and Ha, 2003). Dimensi-dimensi pada budaya disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6 Dimensi pada Budaya

Dimensi	Elemen
Pangsa pasar	Perluasan pemasaran
Produk	Pertumbuhan penjualan
Karyawan	Penyerapan tenaga kerja



Gambar 1 Model Konseptual

Berdasarkan penjelasan diatas disusun model konseptual penelitian, seperti disajikan pada Gambar 1.

Hipotesa dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1: Kondisi Perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap kewirausahaan

H2: Keberanian mengambil resiko mempunyai pengaruh positif terhadap Kewirausahaan

H3: Proaktif mempunyai pengaruh positif terhadap Kewirausahaan

H4: Inovasi mempunyai pengaruh positif terhadap Kewirausahaan

H5: Budaya mempunyai pengaruh positif terhadap Kewirausahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Path Diagram

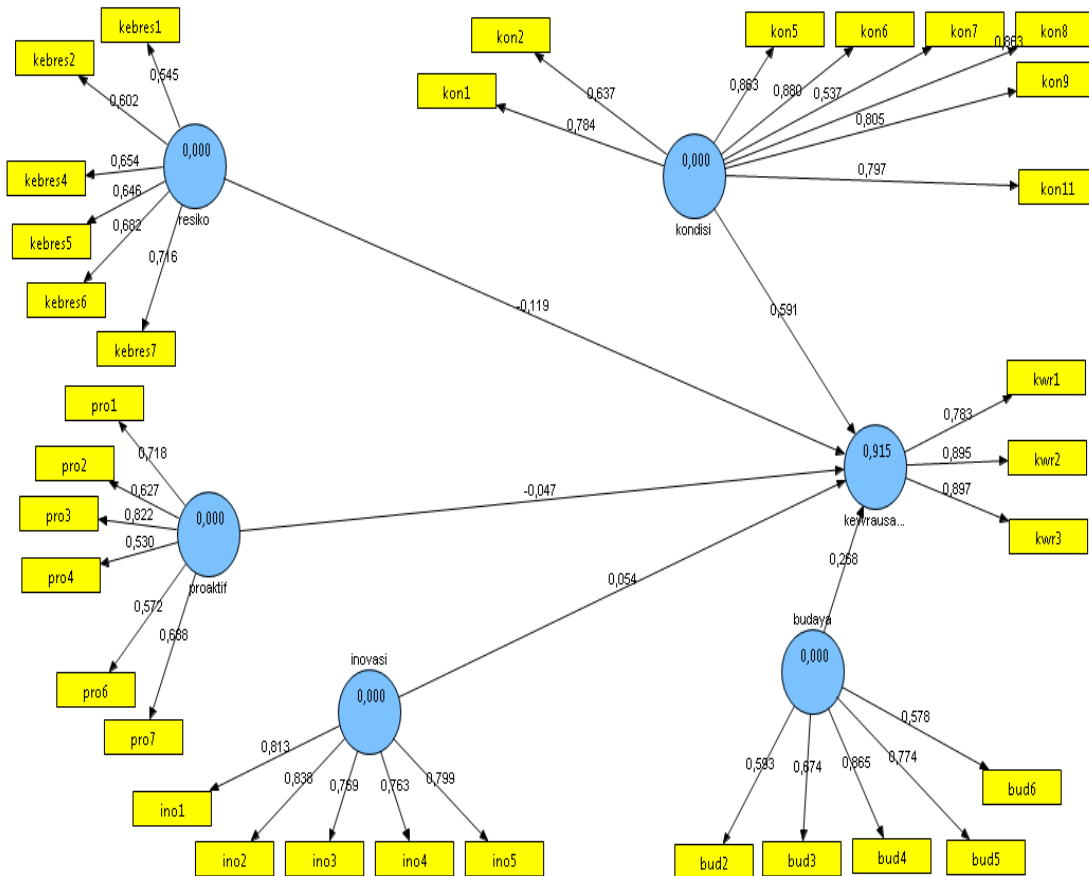
Analisis *Path Diagram* merupakan interpretasi hasil output software PLS yang digambarkan dalam bentuk model penelitian. Sifat indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten adalah reflektif. Hal ini berarti variabel laten dijelaskan oleh indikator-indikator yang menjelaskannya dan masih bersifat prediktif.

Berdasarkan *path diagram* model potensi pengembangan peningkatan pangsa pasar sentra mebel di Blora, terdapat enam variabel laten. Lima

variabel laten merupakan variabel laten eksogen dan satu buah variabel laten endogen. Variabel laten eksogen diberi nama kondisi perusahaan, keberanian mengambil resiko, proaktif, budaya, dan kondisi karena bersifat mempengaruhi variabel laten lain dan tidak dipengaruhi oleh variabel laten manapun. Variabel laten endogen adalah kewirausahaan.

b. Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Outer model atau disebut juga *measurement model* merupakan model yang menspesifikasi hubungan antara variabel konstruk dengan indikator atau variabel manifestnya. Penelitian ini menggunakan model *Second Order Factor Analysis* yang dilakukan dengan pendekatan *repeated indicators*, sehingga analisis *outer model* dilakukan pada *first order construct* dan *second order construct*. Pengujian *outer model* antara lain uji unidimensionalitas konstruk, uji validitas dan reliabilitas indikator manifest terhadap variabel konstruknya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS. Hasil perhitungan dengan menggunakan PLS yang telah memenuhi *convergent validity* disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2 Output Perhitungan Menggunakan PLS

Analisis hubungan indikator terhadap first order construct

Langkah pertama adalah dilakukan pengujian terhadap hubungan indikator dengan first order construct. Validitas dan reliabilitas indikator terhadap first order construct dapat dinilai dengan spesifikasi sebagai berikut :

1. *Convergent validity* adalah besarnya faktor loading untuk masing-masing indikator konstruk. Menurut Ghazali (2008) nilai loading harus diatas 0,70 (pada penelitian pada bidang yang belum berkembang bisa menggunakan 0,5-0,6). Dalam penelitian, peneliti menggunakan nilai *loading factor* harus $\geq 0,5$, sehingga jika terdapat nilai faktor *loading* kurang dari 0,5 indikator akan dihilangkan dari konstruknya. Menurut Ghazali (2008), sebelum melakukan eliminasi indikator, diperiksa terlebih dahulu adanya indikator yang memiliki nilai faktor loading yang negatif karena nilai faktor loading tidak boleh negatif.

Untuk mengatasi hal ini maka item pertanyaan yang memiliki nilai faktor loading negatif di-*recode* yaitu dengan membalik skor jawaban. Setelah nilai indikator tersebut di-*recode*, indikator tersebut diolah kembali dengan menggunakan *software SmartPLS*.

2. Pengukuran *discriminant validity* pada penelitian ini adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (\sqrt{AVE}) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Nilai akar AVE haruslah lebih besar dari nilai AVE untuk dapat memenuhi kriteria *discriminant validity*. Selain itu nilai korelasi antara satu variabel dengan variabel lainnya tidak boleh besar dari nilai korelasi antara variabel itu sendiri. *Average Variance Extracted* (\sqrt{AVE}), yaitu nilai $AVE > 0,5$. Nilai ini menunjukkan validitas instrument pernyataan. Nilai ini menunjukkan bahwa konstruk laten

memprediksi indikator pada blok tersebut lebih baik daripada indikator pada blok variabel laten yang lain (Imam Ghozali, 2008)

3. *Composite reliability* berfungsi untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk. Pada penelitian ini *composite reliability* dilihat dari nilai *internal consistency* yang dihasilkan dalam output SmartPLS 2.0. Nilai reliabilitas yang disyaratkan bernilai 0,6 atau lebih.
4. Hasil uji validitas indikator terhadap *first order construct* untuk klaster mebel Blora dapat dianalisis sebagai berikut :
 - *First order construct* faktor kondisi perusahaan diperoleh nilai dari indikator kon1 sebesar 78.35%, kon2 sebesar 63.71 %, kon5 sebesar 86.28%, kon6 sebesar 88.01%, kon7 sebesar 53.69%, kon8 sebesar 86.26%, dan kon9 sebesar 80.46%, kon11 sebesar 79.72%. Hal ini berarti nilai terbesar diberikan oleh kon6 yang merupakan indikator ketersediaan pengusaha.
 - *First order construct* faktor keberanian mengambil resiko diperoleh nilai dari indikator kebres1 sebesar 54.5%, kebres2 sebesar 60.19%, kebres4 sebesar 65.43%, kebres5 sebesar 64.62%, kebres6 sebesar 68.22% dan kebres7 sebesar 71.58%. Hal ini berarti nilai terbesar diberikan oleh kebres7 yang merupakan indikator survei ke daerah lain terhadap perusahaan.
 - *First order construct* faktor proaktif diperoleh nilai dari indikator pro1 sebesar 71.84%, pro2 sebesar 62.68%, pro3 sebesar 82.17%, pro4 sebesar 53.03%, pro6 sebesar 57.21%, pro7 sebesar 68.83%. Hal ini berarti nilai terbesar diberikan oleh pro3 yang merupakan indikator pangsa pasar baru terhadap pendapatan perusahaan.
 - *First order construct* faktor inovasi diperoleh nilai dari indikator ino1 sebesar 81.35%, ino2 sebesar 83.85%, ino3 sebesar 76.88%, ino4 sebesar 76.26%, dan ino5 sebesar 79.91%. Hal ini berarti nilai terbesar

diberikan oleh ino2 yang merupakan indikator model baru kepada konsumen.

- *First order construct* faktor budaya diperoleh nilai dari indikator bud2 sebesar 59.27%, bud3 sebesar 67.37%, bud4 sebesar 86.46%, bud5 sebesar 77.43%. Hal ini berarti nilai terbesar diberikan oleh bud4 yang merupakan indikator pemilihan tenaga kerja yang berpengaruh pada hubungan keluarga.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis Nilai *R-square*

Dari hasil *R square* model pada Tabel 5.4 dapat diketahui nilai *R square*. Nilai *R square* muncul pada konstruk endogen, sehingga pada konstruk kewirausahaan, kondisi perusahaan, keberanian mengambil resiko, proaktif, inovasi dan budaya tidak memiliki nilai *R square*. Pada konstruk kewirausahaan, untuk Blora memiliki nilai *R square* sebesar 0,915498 yang berarti berarti variabilitas potensi pengembangan klaster mebel Blora yaitu sebesar 91,54 %. Menunjukkan hubungan konstruk eksogen terhadap endogennya yang sangat kuat.

Analisis Uji Hipotesis atau Hubungan Antar Variabel Laten

Hipotesis penelitian diuji dengan melihat nilai *t* statistik pada setiap hubungan yang dihipotesiskan. Hipotesis diterima bila nilai statistik *t* hitung lebih besar dari *t* tabel (1,683) untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dan $df = 41$.

H₁ : Kondisi perusahaan klaster mempunyai pengaruh positif terhadap kewirausahaan

Hipotesis 1 ditunjukkan melalui hubungan konstruk faktor kondisi perusahaan terhadap kewirausahaan. Nilai *t* statistik pada hubungan ini adalah 12,2387. Nilai *t* statistik ini berada dalam area penerimaan, yaitu berada di luar area 1,683 untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan $df = 41$. Dengan demikian, hipotesis H1 **diterima**. Artinya, konstruk faktor kondisi perusahaan terbukti secara statistik mempengaruhi potensi kewirausahaan. Pembuktian hipotesis ini didukung oleh teori yang disampaikan oleh Djahhari (2006) yang

berpendapat bahwa faktor kondisi mempengaruhi potensi kewirausahaan.

H₂ : Keberanian mengambil resiko mempunyai pengaruh positif terhadap Kewirausahaan

Hipotesis 2 ditunjukkan melalui hubungan konstruk faktor keberanian mengambil resiko terhadap potensi kewirausahaan. Nilai t statistik pada hubungan ini adalah 2,1552. Nilai t statistik ini berada dalam area penerimaan, yaitu berada di dalam area 1,683 untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan $df = 41$. Dengan demikian, hipotesis H2 **diterima**. Artinya, konstruk faktor pemasaran terbukti secara statistik mempengaruhi kewirausahaan. Pembuktian hipotesis ini didukung oleh teori yang disampaikan oleh Miller dan Friesen (1983) yang berpendapat bahwa faktor keberanian mengambil resiko mempengaruhi potensi kewirausahaan.

H₃ : Proaktif mempunyai pengaruh positif terhadap Kewirausahaan

Hipotesis 3 ditunjukkan melalui hubungan konstruk faktor proaktif terhadap potensi kewirausahaan. Nilai t statistik pada hubungan ini adalah 1,2382. Nilai t statistik ini tidak berada dalam area penerimaan, yaitu berada di luar area 1,683 untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan $df = 41$. Dengan demikian, hipotesis H3 **ditolak**. Artinya, konstruk faktor proaktif terbukti secara statistik tidak mempengaruhi potensi kewirausahaan. Pembuktian hipotesis ini tidak didukung oleh teori yang disampaikan oleh Venkatraman (1989) yang berpendapat bahwa faktor proaktif mempengaruhi potensi kewirausahaan.

H₄ : Inovasi berpengaruh positif terhadap Kewirausahaan

Hipotesis 4 ditunjukkan melalui hubungan konstruk faktor inovasi terhadap potensi kewirausahaan. Nilai t statistik pada hubungan ini adalah 1,2317. Nilai t statistik ini tidak berada dalam area penerimaan, yaitu berada di luar area 1,683 untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan $df = 41$. Dengan demikian, hipotesis H4 **ditolak**. Artinya, konstruk faktor inovasi terbukti secara statistik tidak mempengaruhi potensi kewirausahaan. Pembuktian hipotesis ini tidak didukung oleh teori yang disampaikan oleh Wiklund (1999) yang berpendapat

bahwa faktor inovasi mempengaruhi potensi kewirausahaan.

H₅ : Budaya berpengaruh positif terhadap Kewirausahaan

Hipotesis 5 ditunjukkan melalui hubungan konstruk faktor inovasi terhadap potensi kewirausahaan. Nilai t statistik hubungan ini adalah 4,6335. Nilai t statistik ini berada dalam area penerimaan, yaitu berada di luar area 1,683 untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan $df = 29$. Hipotesis H5 **diterima**. Artinya, konstruk faktor budaya terbukti secara statistik mempengaruhi potensi kewirausahaan. Pembuktian hipotesis ini didukung oleh teori yang disampaikan oleh Hofstede (1991) bahwa faktor budaya mempengaruhi potensi kewirausahaan.

KESIMPULAN

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan pada sentra industri mebel di Blora antara lain : (1) Kondisi Perusahaan menjadi faktor utama dalam pengembangan industri klaster mebel. Kondisi perusahaan yang terdiri dari dimensi sumber daya manusia, bahan baku, permodalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kewirausahaan. (2) Keberanian mengambil resiko suatu keputusan besar yang di buat oleh pengusaha untuk mengembangkan industrinya. Keberanian mengambil resiko mempunyai dimensi kesiapan mental dan strategi kompetitif yang mempunyai pengaruh terhadap kewirausahaan. (3) Budaya sangat berpengaruh terhadap mental pengusaha mebel, karena usaha yang di lakukan adalah warisan dari nenek moyang. Budaya mempunyai dimensi paradigma individu dan lingkungan yang mempunyai pengaruh kewirausahaan.

Faktor-faktor tidak mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan klaster industri mebel di Blora antara lain proaktif dan inovasi. (1) Proaktif sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan karena dengan melihat peluang-peluang baru untuk mendapatkan order, dan mencari informasi. proaktif mempunyai dimensi orientasi pasar dan pengumpulan informasi yang mempunyai pengaruh kewirausahaan. Tetapi terbukti secara statistik konstruk faktor proaktif tidak mempengaruhi potensi

kewirausahaan. (2) Inovasi dalam memproduksi barang sangat berpengaruh terhadap order karena dengan adanya inovasi produk baru konsumen akan mencari produk dengan model yang lebih baru. Inovasi mempunyai dimensi kreatifitas produk dan proses baru yang mempunyai pengaruh terhadap kewirausahaan. Tetapi terbukti secara statistik konstruk faktor inovasi tidak mempengaruhi potensi kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Gabriel, (2008). *Innovation, Entrepreneurship and Clusters in Latin America Natural Resource – Implication and Future Challenges. J. Technol. Manag. Innov.* 2008, Volume 3, Issue 3
2. Ghozali (2008). *Structural Equation Modeling: metode alternative dengan patial least square.* Semarang: Badan Penerbit-UNDIP
3. Jones, (1992). Managing Internal Corporate Entrepreneurship: An Agency Theory Perspective. *Journal Of Management*
4. Maes, J. (2003). The Search For Corporate Entrepreneurship: A Clarification Of The Concept And Its Measures. *Working Paper.*
5. Mclean, M., & Voytek, K. (1992). *Understanding Your Economy: Using Analysis To Guide Local Strategic Planning.* Chicago, Illinois: Planners Press, American Planning Association.
6. Miller, D. (1983). *The Correlates Of Entrepreneurship In Three Types Of Firms,* Management Science.
7. Schuler, R. S. (1986). Fostering and facilitating entrepreneurship in organizations: Implications for organization structure and human resource management practices. *Human Resource Management.*
8. Shane dan Venkataraman (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review.*
9. Swierczek dan Ha (2003). Motivation, Entrepreneurship And The Performance Of Smes in Vietnam.
10. Zimmerer dan Scarborough (1993). *Entrepreneurship and new venture formation.* Eaglewood.