

KETERKAITAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, ENTREPRENEURIAL GOAL COMMITMENT DAN SELF EFFICACY DALAM MODEL PENELITIAN ENTREPRENEURSHIP

I Gusti Ketut Agung Ulupui

Fakultas Ekonomi Universitas Udayana

Email: ulupui@yahoo.com

Abstract : Relationship Between Company Growth, Entrepreneurial Goal Commitment And Self-Efficacy in Entrepreneurship Research Model. The phenomenon of entrepreneurship as a driver of micro, small and medium enterprises (MSMEs) emerged rapidly. Business growth in this paper is stated as a success or performance. Meanwhile the success or the performance from a person in a line of work determined by the competence, professionalism, and commitment to the field practiced. This paper provides an alternative model of research on the influence of goal entrepreneurship self-efficacy as a moderation variable to relationship commitment and growth in particular small and medium enterprises (SMEs)

Keywords : self efficacy, goal commitment, companies growth, SMEs

Abstrak: Keterkaitan Pertumbuhan Perusahaan, Entrepreneurial Goal Commitment Dan Self Efficacy Dalam Model Penelitian Entrepreneurship. Fenomena *entrepreneurship* sebagai penggerak perusahaan mikro, kecil dan menengah (UMKM) muncul dengan pesat. Pertumbuhan bisnis dalam paper ini dinyatakan sebagai suatu keberhasilan atau kinerja. Sementara itu keberhasilan atau kinerja seseorang dalam suatu bidang pekerjaan ditentukan oleh kompetensi, profesionalisme, dan juga komitmennya terhadap bidang yang ditekuninya. Paper ini memberikan suatu alternatif model penelitian tentang pengaruh pemoderasi *self efficacy* seorang *entrepreneurship* terhadap hubungan *goal commitment* dan pertumbuhan perusahaan khususnya usaha kecil dan menengah (UKM)

Kata kunci: *self efficacy*, *goal commitment*, pertumbuhan perusahaan, UKM

PENDAHULUAN

Meyer *et al.* (2002) mencatat penelitian Birch pada kurun waktu 1981-1985 dimana Birch melakukan perbandingan antara perusahaan kecil, perusahaan sedang dan perusahaan besar. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa perusahaan kecil dengan 1-19 orang pegawai mampu menciptakan 88% pekerjaan baru, perusahaan dengan 20-99 orang pegawai menciptakan 27% pekerjaan baru, dibandingkan dengan perusahaan besar yang memiliki 5.000 orang pegawai hanya mampu menciptakan 5% pekerjaan baru, sebaliknya perusahaan dengan 100-4.999 orang pegawai kehilangan 20% penciptaan pekerjaan. Demikian pula laporan dari *Organization of Economics and Corporation Development* (OECD) menyatakan bahwa pada tahun 1995, 35% pekerjaan baru tercipta oleh organisasi yang memiliki hanya satu sampai empat orang pegawai.

Daya kreativitas seseorang untuk bertindak dan berusaha dapat muncul ketika terjadi situasi yang mendesak, misalnya kehilangan pekerjaan, kehilangan motivasi di tempat kerja, rasa jenuh karena tidak ada

peningkatan karir dan lain sebagainya. Kreativitas yang didorong oleh situasi ini dapat melahirkan seorang *entrepreneur*. Kegiatan *entrepreneurship* memiliki pengaruh ekonomi tidak hanya dengan adanya pembentukan kelompok bisnis baru, tetapi juga pertumbuhan bisnis yang baru sebagaimana dinyatakan oleh Meyer *et al.* (2002).

Pertumbuhan bisnis baru diyakini dapat menciptakan lebih banyak pekerjaan dan itu berarti terjadi sebaran pendapatan yang lebih merata, sebagai contoh ketika pemilik perusahaan-perusahaan besar membutuhkan kendaraan untuk dipakai secara pribadi, maksimal jumlah kendaraan yang mungkin dibeli untuk kepentingan pribadi pemiliknya adalah lima buah. Bandingkan jika perusahaan-perusahaan kecil diberi kesempatan untuk tumbuh, dan jumlahnya bisa mencapai angka ratusan bahkan ribuan, maka jumlah kendaraan yang terbeli tidak hanya lima buah namun ratusan atau ribuan buah. Berdasarkan pemikiran sederhana ini, maka akan tercipta *multiplier effect* yang tentu saja akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh.

Pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan-perusahaan besar, menengah maupun kecil. Perusahaan mikro, kecil dan menengah yang di Indonesia lebih banyak dikenal dengan istilah UMKM. Pertumbuhan UMKM ini tidak terlepas dari peran para *entrepreneur*, yang didefinisikan oleh Hisrich dan Peter (1992) sebagai seseorang yang dapat memperoleh dan mengkombinasikan sumber daya, tenaga kerja, material dan *asset* lainnya sehingga meningkatkan nilai mereka di bandingkan sebelumnya, termasuk juga seseorang yang dapat mengenalkan terjadinya perubahan, inovasi dan permintaan baru. Pertumbuhan (*growth*), banyak digunakan sebagai indikator kesuksesan atau kinerja seorang *entrepreneur* (Covin, Slevin, 1997).

Teori personalitas menyatakan faktor-faktor kepribadian berpengaruh terhadap kesuksesan suatu *perusahaan* (McClelland, 1961). Peneliti *entrepreneurship* telah menemukan bahwa *self efficacy* seorang *entrepreneur* (kepercayaan diri khusus terhadap tugas) tentang kemampuan mereka pribadi untuk memulai dan menumbuhkan mereka dan pada akhirnya mempengaruhi kinerja *perusahaan* (Chandler & Jansen, 1992). *Social cognitive theory* yang menurunkan konstruk *self efficacy* juga dapat digunakan untuk memahami lebih jauh kompleksitas sumber daya manusia pada tempat kerja dan pengelolaan sumber daya manusia agar lebih efektif (Stajkovic dan Luthans, 1998). *Self efficacy* diartikan sebagai estimasi seseorang tentang kapasitasnya untuk menghasilkan kinerja dalam suatu tugas tertentu (Gist dan Mitchell, 1992). Bandura (1982) menambahkan *self efficacy* dipengaruhi oleh masa lalu, kondisi psikologi, pengalaman yang sensasional, serta kemampuan verbal.

Komitmen seseorang bertindak menurut teori *Social Learning Theory* dipengaruhi oleh *incentive* dan *rewards*. Hal ini diperkuat oleh kajian Yulk and Latham (1978), Locke and Shaw (1984); Matsui Okada dan Mizuguchi (1981); Dacler dan Mobley (1973) yang menyatakan bahwa *monetary rewards* dapat meningkatkan tingkat *goal commitment* dan kinerja individu. Sedangkan Locke et al (1968) menyatakan bahwa *monetary incentive* mempengaruhi

kinerja dengan mempengaruhi hubungan sasaran dengan komitmen mencapai sasaran.

Tulisan ini meninjau pengaruh *self efficacy* seorang *entrepreneur* terhadap hubungan antara *goal commitment* dengan kinerja perusahaan sebagai suatu model penelitian. Tulisan ini akan dimulai dengan melakukan revidu tentang konsep dan metafora *entrepreneurial* untuk memberikan gambaran mengenai *entrepreneurship* dan *entrepreneur*.

Kemudian dilanjutkan dengan ulasan mengenai *goal commitment* dan kinerja seorang *entrepreneur* dilihat dari pertumbuhan perusahaan, aspek motivasi dari *entrepreneur* yaitu *self efficacy* kapasitas seorang *entrepreneur* untuk menghasilkan kinerja dalam suatu tugas tertentu dan diakhiri dengan mengajukan suatu proposisi.

KAJIAN PUSTAKA CAPITALIZE EACH WORD

Kimmo Hyrsky (2003) memberikan pendekatan baru untuk menguji definisi-definisi *entrepreneurship* dengan menggunakan beberapa alat analisis antara lain pertama, *explanatory analysis* yaitu tentang konsep dan metafora *entrepreneur*, kedua, *quantitative analysis* yaitu mengenai konsep *entrepreneurial* dimana responden diminta untuk mengartikan istilah *entrepreneur* dan *entrepreneurship*.

Di masa lalu terdapat usaha-usaha yang terus menerus untuk mengidentifikasi siapa *entrepreneur* tersebut dan mengonsepsualisasikan fenomena *entrepreneurship* (Hirsky, 2003). Misalnya sejumlah besar studi telah memberi perhatian pada karakteristik personal dari *entrepreneur* (Brockhuas, 1980 dan 1982; Carland et al, 1984; Chell et al, 1991; Drucker, 1985; Gartner, 1988; Schumpeter, 1965).

Salah satu alasan munculnya fenomena *entrepreneurship* adalah karena munculnya fenomena bisnis yang luas, termasuk adanya aktivitas ekonomi yang menyebar luas, sehingga definisi tentang *entrepreneur* dapat berbeda dan bervariasi tergantung karakteristik aktivitas-aktivitas ekonomi ini (Gibb dan Ritchie, 1981). Berbeda dengan pernyataan Steel (1977) yaitu penemuan definisi *entrepreneurship* dipengaruhi selain oleh aktivitas bisnis juga oleh aktivitas politik, institusional, dan sistem ekonomi sosial.

Berdasarkan hasil penelitian Kimmo Hyrsky selama 2 tahun terhadap 751 responden dari Finlandia, Swedia, Norwegia, dan Republic of Ireland, Canada serta Australia mengenai bisnis kecil, diperoleh lima dimensi konsep *entrepreneurship* yaitu yang berkaitan dengan; Komitmen kerja dan energi (*work commitment and energy*); nilai ekonomis dan hasil-hasilnya (*economic values and results*); daya inovasi dan kemampuan mengambil risiko (*innovativeness and risk-taking*); ambisi dan pencapaian suatu target (*ambition and achievement*); dan ciri-ciri egosentris (*egotistic feature*), dan tiga dimensi *entrepreneur* antara lain sebagai agen perubahan (*agent of change*); individu yang mandiri (*self serving individualist*); dan pekerja keras (*hard worker*) (Hyrsky, 2003).

Entrepreneurship telah didefinisikan sebagai proses menciptakan sesuatu dengan nilai yang berbeda dengan cara mencurahkan usaha dan waktu yang diperlukan, keuangan, psikologi dan risiko sosial, dan menerima hasil dalam bentuk uang dan kepuasan pribadi (Hisrich dan Peters 1992 dalam Sandler-Smith *et al.*, 2003). Carland *et al.* (1984) menyatakan *entrepreneurship* dapat diartikan sebagai perilaku inovatif yang berhubungan dengan orientasi strategis dalam rangka menghasilkan profitabilitas dan pertumbuhan.

Terdapat sejumlah upaya empiris untuk menggambarkan atribut seorang *entrepreneurship* yaitu ciri-ciri personal, sikap dan perilaku manajemen. Utsch *et al.* (1999) mengobservasi bahwa *entrepreneur* menunjukkan tingkat *self efficacy* yang tinggi, *higher order need strength*, kesiapan untuk melakukan perubahan, dan minat terhadap inovasi.

Georgelli, Joyce dan Woods (2000) menggambarkan *entrepreneur* sebagai keinginan untuk mengambil risiko dan menjadi inovatif, hal ini ditunjukkan dengan adanya ambisi untuk berkembang. Georgelli, Joyce dan Woods kemudian menyatakan bahwa kompetensi utama seorang *entrepreneurship* adalah kapasitasnya untuk melakukan perubahan bisnis, mengenalkan produk baru, menyediakan jasa dan kapasitas perencanaan, tetapi perlu dicatat bahwa tidak semua perusahaan kecil dilengkapi dengan kemampuan ini juga tidak semua manajer memerlukannya. Menurut penulis, nampaknya kompetensi utama ini dapat terlaksana

apabila seorang *entrepreneur* memiliki *commitment* terhadap pilihannya.

GOAL COMMITMENT

Keberhasilan dan kinerja seseorang dalam suatu bidang pekerjaan banyak ditentukan oleh kompetensi, profesionalisme, dan juga komitmennya terhadap bidang yang ditekuninya (Trisnaningih, 2002). Konsep dan pengukuran komitmen untuk mencapai sasaran, adalah konsep kunci *goal setting theory*. *Goal commitment* didefinisikan sebagai determinasi seseorang untuk mencapai sasaran (Locke & Latham, 1990). Edwin Locke dalam Kreitner dan Kinicki (2000), memberikan suatu model *goal setting theory* memiliki empat mekanisme yang dapat memotivasi seseorang yaitu:

Goal Direct Attention: *goal* merupakan fokus perhatian seseorang secara pribadi terhadap apa yang dianggap penting dan relevan. *Goal Regulate Effort*: *goal* selain membuat kita memahami sesuatu secara selektif, juga dapat memotivasi kita untuk bertindak. *Goal Increase Persistence*: Dalam konteks *goal setting*, *persistence* menunjukkan usaha-usaha yang dilakukan secara terus menerus yang dicurahkan pada pelaksanaan tugas. Analoginya apabila seseorang ingin berlari sepanjang 100 meter maka yang dibutuhkan adalah usaha, namun apabila seseorang harus berlari sepanjang 26 mil secara *marathon* maka yang dibutuhkan adalah *persistence* atau ketekunan. Orang yang *persistence* cenderung untuk melihat hambatan sebagai suatu tantangan yang harus dihadapi, daripada memandangnya sebagai kegagalan. *Goals Foster Strategies and Action Plans*: *Goal* dapat mendorong seseorang untuk mengembangkan strategi dan rencana untuk melakukan tindakan, yang memungkinkan mereka untuk mencapai sasaran mereka.

Berbagai studi menunjukkan kinerja individu lebih baik ketika menerima dan memiliki komitmen untuk mencapai tujuan khusus (Locke dan Latham, 1990), karena manajer yang memiliki tingkat komitmen organisasi yang tinggi akan bersikap positif terhadap organisasinya (Porter *et al.*, 1976). Wentzel (2002) dengan sampel manajer pusat pertanggung jawaban rumah sakit, menemukan bahwa *goal commitment*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

Praktik menunjukkan pentingnya *goal commitment* yang ditunjukkan oleh Erez dan Zidon (1984) pada suatu studi laboratorium. Mereka menemukan, saat seseorang menghadapi sasaran yang sulit, *goal commitment* akan menurun dan akan mengakibatkan suatu kemerosotan dalam kinerja. Hasil sejumlah studi yang lain menunjukkan bahwa komitmen menurun saat sasaran menjadi lebih sulit dan saat kesempatan yang dirasakan seseorang untuk mencapainya menurun. Tapi beberapa peneliti menemukan (Huber, 1985; Oldham, 1975) bahwa bahkan ketika sasaran itu merupakan sasaran yang tidak mungkin dicapai, justru dapat menunjukkan adanya kinerja yang tinggi dalam jangka pendek. Terlihat disini *goal commitment* dapat mempengaruhi kinerja tergantung dari luasnya sasaran yang ingin dicapai.

Kebanyakan usaha untuk memahami *entrepreneurship* dan penciptaan *new perusahaan* sebelumnya lebih memusatkan perhatiannya pada karakteristik individu seorang *entrepreneur* (Becherer dan Maurer, 2003). Sejak penelitian awal yang dilakukan oleh McClelland (1961) yang telah memusatkan perhatiannya pada *need for achievement* sebagai karakteristik personal dari *entrepreneur*, bidang ini telah diteliti melalui berbagai studi yang berbeda yaitu dengan menggunakan sejumlah faktor-faktor *traits* yang berbeda seperti *locus of control*, *propensity to take risks*, *personal values*, dan *tolerance for ambiguity* (Aboud and Hornaday 1971; Timmons 1978; Brockhaus 1980; Brockhaus dan Horwitz 1986; Carland, dan Carland 1996; Hebert dan Bass 1995). Namun belum banyak penelitian yang memfokuskan pada komitmen seorang *entrepreneur* untuk membangun dan meneruskan usahanya untuk mencapai tingkat pertumbuhan perusahaan yang diinginkan.

Social learning theory menyetujui implikasi dari komitmen untuk bertindak dipengaruhi oleh *incentive dan rewards*. Misalnya *expectancy theory* memprediksi bahwa nilai *outcome* yang dirasakan dan usaha yang mengarah pada *outcome* tersebut mempengaruhi pilihan/komitmen yang

pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja. Bukti-bukti pendukung:

1. Penemuan yang menunjukkan bahwa *monetary rewards* dapat meningkatkan tingkat *goal commitment* dan kinerja pada beberapa individu. Yukl dan Latham (1978); Locke dan Shaw (1984); Matsui, Okada dan Mizuguchi (1981); Dacler dan Mobley (1973).
2. Locke et al (1968) menekankan bahwa *monetary incentive* mempengaruhi kinerja dengan mempengaruhi tingkat sasaran atau komitmen sasaran. Mowen dan Middlemist dan Luther (1981) melaporkan keberadaan suatu interaksi menarik antara uang dan sasaran (Locke *et al.*, 1988)

Entrepreneurial goal commitment yang dimaksud pada paper ini akan meminjam model komitmen yang dikemukakan oleh *Social Learning Theory* yaitu komitmen untuk bertindak dipengaruhi oleh *incentive dan rewards*. **Proposisi** yang diajukan adalah:

- ***Goal commitment yang dipengaruhi oleh incentive dan monetary reward berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan.***

SELF EFFICACY

Self efficacy terkait dengan *expectancy* terhadap kesuksesan, Bandura (1982), mengembangkan konsep *self efficacy* yang menyatakan bagaimana kepercayaan seseorang terhadap kapabilitas mereka untuk mempengaruhi lingkungan sehingga mereka dapat mengendalikan tindakannya untuk menghasilkan *outcomes* yang diinginkan. Konsep ini lebih luas daripada konsep *expectancy* karena termasuk estimasi seseorang tentang kapabilitas dalam menghasilkan kinerja dalam suatu tugas tertentu (Gist & Mitchel, 1992). Terdapat empat katagori pengalaman dalam pengembangan *self efficacy* (Bandura, 1982) yaitu *enactive experience*, *vicarious learning*, *verbal persuasion*, dan *psychological arousal*.

1. *Enactive Experience*, artinya perubahan *self efficacy* tidak terjadi secara langsung dari pencapaian kinerja tetapi tergantung pada bagaimana seseorang memproses informasi dari kinerja yang dihasilkan sebelumnya. Jadi tingkat kinerja tidak sama dengan tingkat *self efficacy* karena

- estimasi *personal efficacy* adalah proses kognitif yang melibatkan banyak faktor selain tindakan yang dilakukan, yaitu pertama lingkungan sedangkan kedua persepsi seseorang terhadap kapabilitasnya.
2. *Vicarious Learning*, artinya individu akan mengobservasi individu lain yang kompeten dalam melakukan tugas yang sama dan terdorong oleh tindakannya.
 3. *Verbal Persuasion*, artinya persuasi verbal oleh seseorang yang dipercaya dan dianggap kompeten (terkait dengan pekerjaan yang dilakukan) berfungsi sebagai alat untuk memperkuat *self efficacy* personal. Tujuan persuasi ini tidak untuk meningkatkan tingkat keterampilan dan kemampuan seseorang tetapi lebih difokuskan pada penilaian *self efficacy* sehingga meningkatkan kepercayaan seseorang bahwa dia memiliki apa yang dibutuhkan.
 4. *Psychological Arousal*, artinya setiap orang memiliki keadaan yang berbeda-beda terhadap gangguan emosi. Misalnya stres dapat mengurangi kinerja namun orang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi menganggap *psychological arousal* sebagai faktor yang membangkitkan semangat sedangkan *self efficacy* yang rendah menganggapnya sebagai faktor penurun kinerja.

Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan suatu tugas, mampu menerima kesempatan yang memiliki sasaran yang tinggi dan sebaliknya. Bandura dan Cervone (1983) menemukan bahwa ketika seseorang diberikan *feedback* menyangkut kinerja yang dicapainya masih dibawah tingkat sasaran yang ditetapkan, biasanya orang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan melakukan usaha berikutnya lebih tinggi daripada sebelumnya, dibandingkan mereka yang *self efficacy*-nya rendah.

Locke, Frederick, Lee dan Bobko (1984) menemukan bahwa *self efficacy* secara signifikan berhubungan dengan komitmen terhadap sasaran yang dibentuk sendiri (*self set goal*). Earley (1985) juga menemukan pengaruh *self efficacy* terhadap *goal commitment*. Peneliti *entrepreneurship* telah menemukan bahwa *self efficacy* seorang *entrepreneur* (kepercayaan diri khusus terhadap tugas) (Bandura, 1986) tentang kemampuan mereka pribadi untuk memulai

dan menumbuhkan *perusahaan* mereka berhubungan dengan kinerja *perusahaan* (Chandler & Jansen, 1992). Baum *et al.* (2003) telah menelaah pengaruh langsung aspek motivasi ini dan memprediksi; semakin besar motivasi khusus yang timbul karena suatu situasi tertentu, yang berkaitan dengan visi, sasaran pertumbuhan, dan *self efficacy* maka semakin tinggi *growth perusahaan*.

Berdasarkan pandangan di atas, penulis mengajukan suatu **proposisi**:

- ***Self efficacy* dapat mempengaruhi hubungan antara *goal commitment* seorang *entrepreneur* dan pertumbuhan perusahaan.**

Variabel *self efficacy* pada model paper ini dimaksudkan sebagai variabel pemoderasi yang dapat mempengaruhi hubungan antara *goal commitment* dengan *pertumbuhan perusahaan*. Variabel pemoderasi menurut Indriantoro (1999) adalah jenis variabel yang mempunyai pengaruh terhadap sifat atau arah hubungan antar variabel. Sifat atau arah hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen kemungkinan bisa positif atau negatif dalam hal ini tergantung pada variabel pemoderasi. Oleh karena itu variabel pemoderasi dinamakan juga variabel *contingency*.

Kinerja Dan Pertumbuhan Perusahaan

Kinerja menurut kamus besar bahasa Indonesia (1991) adalah sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperlihatkan. Kinerja pada perusahaan kecil lebih banyak difokuskan pada pertumbuhan perusahaan (*pertumbuhan perusahaan*). Riset literatur telah banyak memberikan penjelasan teoritis tentang pertumbuhan perusahaan kecil yang kemudian dapat dikategorikan menjadi empat pendekatan. Pada bagian ini digambarkan masing-masing pendekatan dan ditunjukkan juga kontribusi masing-masing pendekatan (Orser *et al.*, 2000).

Biological Model of Growth

Pertumbuhan perusahaan kecil digambarkan seperti suatu proses yang bertahap (*stage*), sebagaimana evolusi biologis (Gartner 1985; Reynolds dan Miller, 1988; Reynolds, Storey, dan Westhead 1994). Kazanjian (1988) yang berisi model siklus hidup usaha kecil

menengah (UKM) menggambarkan proses produk dan perubahan pasar dan perubahan yang berkaitan dengan manajemen. Kazajian menyarankan bahwa pertumbuhan perusahaan terjadi pada tingkat perusahaan. Kazajian mengidentifikasi siklus yang umum seperti berikut:

1. Memulai dan mengembangkan, meliputi sumber daya apa yang dapat diperoleh dan teknologi apa yang dapat dikembangkan,
2. Komersialisasi, yang meliputi produksi apa yang dilakukan ketika melakukan *start-up*,
3. *Growth*, meliputi berapa lama penjualan dan *market share* dikembangkan, dan apa yang mempengaruhi penawaran organisasi,
4. Stabilitas, yaitu dijelaskan oleh adanya laba, *internal control*, dan menetapkan dasar bagi pertumbuhan di masa yang akan datang,

Stage theories juga menyatakan bahwa perusahaan kecil yang kekurangan baik efisiensi dan skala ekonomi dibandingkan dengan perusahaan besar atau UKM yang sudah besar (Bates 1989; Cromie 1990; Kallenberd dan Leicht 1991) membutuhkan ketajaman berpikir dan bertindak dari manajemen untuk tetap bertahan (Berryman, 1983).

Cessy (1994) berpendapat bahwa masalah administratif yang muncul pada perusahaan seringkali menunjukkan kemampuan manajemen. Misalnya jika terjadi ketidakmampuan untuk mengelola modal, hal itu merupakan tanda bahwa kurangnya *management skill*. Pengetahuan manajemen dan kemampuannya diperlukan untuk mempertahankan perusahaan dan menyelesaikan suatu masalah.

Growth and Decision Making

Pendekatan kedua untuk mempelajari pertumbuhan UKM adalah melalui pemahaman akan pengambilan keputusan manajerial, hubungan antara perencanaan dan kinerja perusahaan, dan jenis keputusan dikaitkan dengan kinerja di atas rata-rata. Sebagaimana yang disarankan Baldwin (1993) dan Shrader, Muldord dan Blackburn (1989), kinerja UKM berkorelasi dengan *skill* manajemen pada tingkat tinggi, manajemen yang canggih dan ramping, *innovative and advanced management*. Sharader, Mulford, dan Blackburn (1989) juga menyarankan

perencanaan dapat menjadi proksi dari sejumlah aktivitas dan karakteristik organisasi seperti kompetensi manajerial, keterlibatan manajerial, *leadership style* dan komitmen pegawai (Orser *et al.*, 2000).

Social Psychology of Business Owners

Pendekatan ketiga untuk melihat pertumbuhan adalah melalui ilmu psikologi, sosial, dan keprilakuan. Riset, mengasumsikan inisiatif seorang *entrepreneur* berasal dari faktor internal (psikologi) dan eksternal (sosialisasi). Riset yang mengaitkan antara *behavioral traits (values, need for achievement, etc)* dan kinerja belum begitu meyakinkan. Tapi terdapat bukti perbedaan motivasi yang kuat antara pemilik perusahaan kecil dengan manajer pada saat *start-up* (Blatt 1993; Krueger, Reilly, dan Carsrud 1997; Orser 1997 dalam Orser *et al.*, 2003). Juga, Oesch, MacCrimmon, dan Amit (1996) telah mengidentifikasi baik atribut ekonomi dan psikologi berhubungan dengan keputusan *start-up business*.

Literatur ini juga menganjurkan peneliti seharusnya mengasumsikan bahwa pertumbuhan (*growth*) selalu merupakan konsekuensi dari suatu keinginan untuk memulai suatu bisnis. Misalnya, Blatt (1993) menemukan bahwa hampir setengah dari pemilik perusahaan yang baru memulai suatu bisnis, tidak memperoleh pertumbuhan (*growth*) pada perusahaannya. Selanjutnya, Orser, Horgarth-Scott, dan Wright (1998a, 1998b) telah menunjukkan bahwa keputusan untuk mendapatkan pertumbuhan perusahaan muncul dari sejumlah motivasi termasuk nilai pemilik, pendapat dari pihak lain, dan persepsi pemilik bahwa perusahaan tersebut layak. Mereka juga menunjukkan bahwa pertumbuhan bukan dimotivasi secara murni oleh motif ekonomi saja, tetapi juga oleh adanya keinginan untuk mendapatkan penghargaan dari masyarakat yang lebih luas. Jelasnya, motif dari pemilik bisnis untuk mendapatkan pertumbuhan tidaklah sama dan hasilnya berbeda-beda tergantung situasi dan pengalaman (Orser *et al.*, 2003).

Meskipun sedikit perusahaan ditemukan menunjukkan pertumbuhan yang konsisten namun studi yang dilakukan oleh Orser *et al.*, (2003), menyatakan perusahaan yang mencapai kesuksesan dalam pertumbuhan adalah perusahaan yang muda, sedangkan

yang dilaporkan mengalami penurunan pertumbuhan adalah perusahaan yang lebih lama beroperasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pertumbuhan memiliki peran penting untuk mencapai kontinuitas suatu perusahaan. Selain itu ditemukan pentingnya *business plan* untuk UKM yang mencari pertumbuhan.

Integrative Studies

Pendekatan keempat untuk memahami pertumbuhan dan kinerja UKM adalah melalui penelitian yang integratif dan multidisiplin. Cragg dan King (1988) menyatakan bahwa interkorelasi antara perencanaan, aktivitas yang berorientasi pasar dan karakteristik pemilik/manajer mempengaruhi kinerja keuangan. Termasuk di dalamnya faktor-faktor kebijakan pemasaran (khususnya *new product development*), penggunaan *business plan* (termasuk perencanaan strategis dan operasional), sejumlah aktivitas pemasaran atau staf penjualan, dan ukuran bisnis. Meskipun pendekatan ini sulit untuk diuji secara empiris, nampaknya memberikan penjelasan yang paling realistis mengenai perbedaan

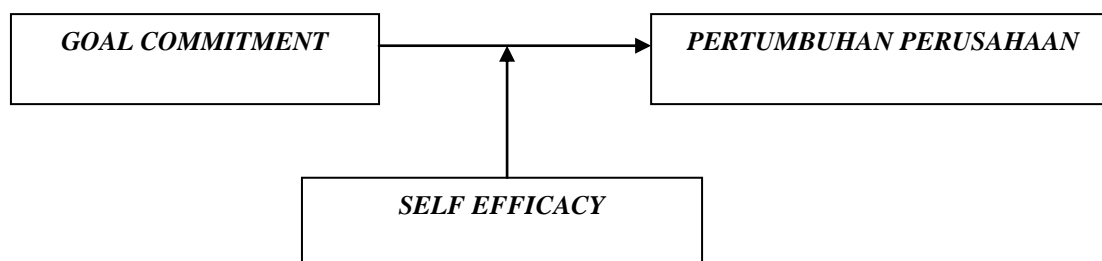
antara UKM yang ada (Dolinsky, Caputo dan Pasumarty 1994; Belcourt, Burke dan Lee-Gosselin 1991; Epstein 1993).

Paper ini memilih menggunakan pendekatan keempat yaitu melihat pertumbuhan melalui studi yang terintegrasi baik ilmu psikologi, sosial, dan keprilaku maupun ilmu ekonomi termasuk kinerja keuangan, pemasaran, ukuran bisnis maupun penggunaan *business plan*.

Literatur psikologi, sosial dan keprilaku menganjurkan peneliti seharusnya mengasumsikan bahwa pertumbuhan (*growth*) selalu merupakan konsekuensi dari suatu keinginan untuk memulai suatu bisnis (Orser *et al.*, 2003). Konsekuensi untuk memulai suatu bisnis dipengaruhi oleh komitmen untuk mencapai sasaran itu, sehingga proposisi yang diajukan adalah:

- **Pertumbuhan perusahaan dipengaruhi oleh komitmen *entrepreneur* untuk mencapai sasaran dan kedua hubungan ini diperkuat oleh adanya *self efficacy* yang tinggi dari *entrepreneur*.**

Gambar 1
Model Penelitian



SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Paper ini memberikan suatu model penelitian mengenai pertumbuhan perusahaan kecil yang sangat dipengaruhi oleh motivasi seorang *entrepreneur*. Pertumbuhan dapat memberikan suatu momentum bagi pertumbuhan berikutnya. Meskipun Orser *et al.*, (2003), mengemukakan sedikit perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang konsisten, namun studinya menemukan bahwa perusahaan yang mencapai kesuksesan dalam pertumbuhan adalah perusahaan yang muda, sedangkan yang dilaporkan mengalami penurunan pertumbuhan adalah perusahaan yang telah lama berdiri. Temuan tersebut menunjukkan

bahwa pertumbuhan memiliki peran penting untuk mencapai kontinuitas suatu perusahaan.

Telaah terhadap *goal commitment* memiliki implikasi teoritis. Secara teoritis, menunjukkan bahwa terdapat hubungan logis antara *goal commitment* dan kinerja. Hal ini dapat dijelaskan bahwa seseorang yang telah sepakat dengan *goal* yang ditetapkan, umumnya akan senang menghadapi berbagai tantangan, dengan demikian komitmen akan berbeda-beda pada masing-masing orang sesuai dengan motivasinya untuk mencapai sesuatu. Berbagai studi empiris menyatakan bahwa ada hubungan antara *goal commitment* dengan kinerja, sehingga diperlukan suatu pemahaman

faktor-faktor apa yang mempengaruhi *goal commitment*. Locke *et al.* (1988), memberikan beberapa determinan *goal commitment* yaitu antara lain pengaruh eksternal (*authority, peer influence, dan external rewards*) dan pengaruh internal (*expectancy, internal rewards*) dan faktor-faktor interaktif (*participation, and competition*)

Self efficacy masih merupakan salah satu variabel penting yang mempengaruhi hubungan antara *goal commitment* dengan kinerja sehingga *self efficacy* dapat memberikan kontribusi untuk memprediksi kinerja. Model yang diajukan untuk mengintegrasikan ketiga variabel menunjukkan masih adanya peluang untuk memasukkan variabel lain misalnya inovasi, keunikan sumber daya yang dimiliki oleh seorang *entrepreneur* dan lain-lain.

Saran

Peningkatan kinerja secara langsung dapat dilakukan dengan cara meningkatkan komitmen *entrepreneur*. Model yang disajikan pada tulisan ini mengharapkan komitmen seorang *entrepreneur* mempunyai koefisien yang besar agar dapat mempengaruhi kinerja. Membatasi komitmen hanya pada komitmen yang berdasarkan pada *incentive* dan *rewards* saja belum cukup karena determinan *goal commitment* terdiri dari pengaruh eksternal, pengaruh internal dan faktor-faktor interaktif.

Meskipun *self efficacy* dapat memengaruhi *goal commitment*, cara-cara yang berbeda untuk meningkatkan *self efficacy* seharusnya juga ditelaah. Bandura (1982) menekankan praktik, pemodelan, dan persuasi sebagai tiga metoda kunci *self efficacy*. *Self reward* dibutuhkan untuk melakukan studi berikutnya.

REFERENSI

- Aboud, John and Hornaday, John. A. 1971. Characteristics of Successful Entrepreneurs. *Personnel Psychology*. Vol. 24, Issue. 2. Pp. 141-153.
- Bandura. A. 1982. Self efficacy mechanism in human agency. *American Psychology*, 37, 122-147.
- Bandura. A, and Cervone. D. 1983. Self-evaluative and self-efficacy mechanisms governing the motivational effects of

goal systems. *Journal of personality and social psychology* 45 (5). Pp 1017-1028

- Bates, T. 1989. An Analysis of Small Business Size and Rate of Discontinuance. *Journal of Small Business Management*. 27 (4), 1-7.
- Baum J.R., E.A. Locke, dan K. G. Smith. 2003. A Multi Dimensional Model of Pertumbuhan perusahaan. *Academy of Management Journal*.
- Becherer R.C. dan John G. M. 2003. The Proactive Personality Disposition and Entrepreneurial Behavior among Small Company Presidents. *Journal of Small Business Management*. Pg. 28-36.
- Belcourt, M, Burke, R.J., and Lee-Gosselin, H. 1991. *The glass box : Women business owners in Canada*. Canadian Advisory Council on Status of Women. Ottawa, Ontario.
- Berryman, J. 1983. Small Business Failure and Bankruptcy: A Survey of the Literature. *European Small Business Journal* 2, 47-59.
- Blatt, R.1993. *Young Company Study: 1989-1992*. Toronto, Canada: Ministry of Economic Development and Trade Government of Ontario, Canada.
- Brockhaus R. H. Sr. 1980. Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal* 23. 509-520.
- Brockhaus R.H. Sr. 1982. The psychology of the entrepreneur. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. pp 39-57
- Brockhaus R. H. Sr & Horwitz. 1986. *The Psychology of the Entrepreneur*. In *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ed. Donald L. Sexton and Raymond W. Smilor. Cambridge Mass. Ballinger. 25-48.
- Bygrave, W.D., dan Hofer, C.W. 1991. Theorising About Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practise*. 16 (2). ,pp. 13-22.
- Carland J.W. dan J.A.C. Carland .1996. An Assesment of the Psychological Determinants of Planning in Small Businesses. *International Small Business Journal* 7 (4), 23-33
- Carland J.W., F. Hoy, W.R. Boulton, dan J.A.C. Carland. 1984. Differentiating Entrepreneurs from Small Business

- Owners: A Conceptualization. *Academy of Management Review*. 9(2), 354-359.
- Cessy (1994) Baldwin (1993) dan Shrader, Muldord dan Blackburn (1989), Sharader, Mulford, dan Blackburn (1989) (Orser et al., 2000).
- Chandler, G.N. & Jansen, E. 1992. The Founder's Self-Assessed Competence and Company Performance. *Journal of Business Venturing*. 7: 223-236.
- Chell. E. Haworth. J.M. dan Bearley, S. A. (1991). *The Entrepreneurial Concepts, Cases and Categories*. London. Routledge.
- Covin J.G., dan Slevin D.P. 1997. *High Growth Transitions. Theoretical Perspective and Suggested Directions*. In D.L. Sexton & R.W. Smilor (Eds). Entrepreneurship. 2000. 99-126. Chicago: Upstart Publishing.
- Cragg, P., dan M. King. 1988. Organizational Characteristics and Small Firms, Performance Revisited. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Winter, 49-64.
- Cromie, S. 1990. The Problems Experience by Young Firms. *International Small Business Journal*. 9(3), 44-60.
- Dachler, H.P., & Mobley, W.H. 1973. Construct validation of an instrumentality-expectancy-task-goal model of work motivation: Some theoretical boundary conditions (Monograph). *Journal of Applied Psychology*, 58, 397-418.
- Dolinsky, Arthur. L, Caputo, Richard.K, and Pasumarty, Kishore. 1994. Long – Term Entrepreneurship Patterns : a national Study of Black and White Female Entry and Stayer Status Differences. *Journal of Small Business Management*, Vol. 32. Pp : 18-26.
- Dosi G. 2003. Innovation, Organization and Economics Dynamic. [http/ /www. Webinstitute.org/glossary/innovative.com](http://www.Webinstitute.org/glossary/innovative.com).
- Drucker, Peter. F. 1985. *Innovation and Entrepreneurship : Practice and Principles*. Harper and Row.
- Earley , P.C. 1985. *The influence of goal setting methods on performance, goal acceptance, self efficacy expectation, and expectancies across levels of goal difficulty*. Paper presented at the meeting of the American Psychological Association, Los Angeles.
- Epstein, S. 1993. Implication of cognitive-experiential self-theory for personality and developmental psychology. In D.Funder, R. Parke, C. Tomlinson-Keasey, and K Widaman (Eds.). *Studying lives through time : personality and development* . pp. 399-438. Washington DC. American Psychological Association.
- Erez M., dan Zidon, I.1984. Effect of goal acceptance on the relationship of goal difficulty to performance. *Journal of Applied Psychology*, 69. 69-78.
- Freel, M.S. 2003. Barriers to Product Innovation in Small Manufacturing Firms. *International Small Business Journal*. 18(2), 60-80.
- Gartner, W. 1985. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Perusahaan Creation. *Academy of Management Review*. 10(4), 696-709.
- Gartner W.B. 1988. Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 14(1), 27-38.
- Georgelli, Y., P. Joyce dan A. Woods. 2000. Entrepreneurial Action, Innovation, and Business Performance; The Small Independent Business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. p.7-17.
- Gibb, A.A. dan Ritchie, J. 1981. *Influences on Entrepreneurship: A Study Over Time*. Bolton Ten Years On Proceedings of The UK Small Business Research Conference. November 20-21, London.
- Gist M.E. & Terence R. Mitchel. 1992. Self efficacy; A theoretical Analysis of Its Determinant and Malleability. *Academy of Management Review*, 17: 183-211.
- Hebert, F.J. and Bass, K.E. 1995. Personality types of entrepreneurs and business students : Implication for management education. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 7 (2), pp. 15-27.
- Hisrich R. dan Peters M.P. 1992. *Entrepreneurship*. McGraw Hill Irwin. Fifth edition. North America.
- Huber , V.L. 1985. Comparison of monetary reinforcers and goal setting as learning incentives. *Psychological Reports*, 56. 223-235.
- Indriantoro dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.

- Kallenberg A., dan K. Leicht. 1991. Gender and Organizational Performance: Determinant of Small Business Survival and Success. *Academy of Management Journal*. 34(1), 136-161.
- Kazanjian, R. 1988. Relation of Dominant Problems to Stages of Growth in Technology-Based New Perusahaans. *Academy of Management Journal*. 31 (2), 257-279.
- Kimmo Hyrsky. 2003. Entrepreneurial Methapors and Concepts: An Explanatory Study. *International Small Business Journal*. Pp. 13-34.
- Kirchoff, B.A. 1991. Entrepreneurship's Contribution to Economics. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16 (2). Pp. 93-112.
- Kreitner R dan A. Kinicki. 2000. *Organizational Behavior*. Fifth edition. McGraw Hill. North America.
- Locke E.A., Bryan, J.F., dan Kendall, L.M. 1968. Goals and intentions as mediators of the effects of monetary incentives on behavior. *Journal of Applied Psychology*. 52, 104-121.
- Locke E.A., Frederick, E., Lee, C. and Bobko, P. 1984. Effect of self efficacy, goals and task strategies on task performance. *Journal of Applied Psychology*, 69, 241-251.
- Locke E.A., Latham, G.P., dan Erez, M. 1988. The determinants of goal commitment. *Academy of Management Review*, 13, 23-39.
- Locke E.A., & Latham G.p., 1990. *Goal setting: A Motivational Technique that Works*. Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Locke E.A., dan Shaw, K.N. 1984. Atkinson's inverse U curve and the missing cognitive variables. *Psychological Reports*, 55, 403-412.
- Matsui, T., Okada A. dan Mizuguchi, R. 1981. Expectancy theory prediction of the goal theory postulate, the harder the goals, the higher the performance. *Journal of Applied Psychology*, 66, 54-58.
- McClelland D.C. 1961. *The Achieving Society*. Princeton, N.J. Van Nostrand.
- Meyer D.G., Heidi M.n. dan Michael D. Meeks. 2002. The Entrepreneurship-Strategic Management Interface. In M.A. Hitt, R.D. Ireland, dan D.L. Sexton. Blackwell Publisher Ltd.
- Mowen, J. C., Middlemist R.D. & dan Luther D. 1981. Joint effects of assigned goal level and incentive structure on task performance: A laboratory study. *Journal of Applied Psychology*, 66, 598-603.
- OECD. 1995. *OECD Economic Survey*. Organisation for Economic Cooperation and Development. Paris, France.
- Oesch, J., K. MacCrimmon, and R. Amit. 1996. *The Decision to Start a New Perusahaan: Values, Beliefs, and Alternatives*. Working Paper, Faculty of Commerce and Business Administration, The University of British Columbia, Vancouver, Canada.
- Oldham G. R. 1975. The Impact of Supervisory Characteritics on Goal Acceptance. *Academy of Management Journal*. 18, 461-475.
- Orser Barbara J., Sandy H.S. dan Allan L. 2003. Riding Performance, Firm Size, and Management Problem Solving. *Journal of Small Business Management*.
- Orser, B.J., S. Hogarth-Scott, and A.L. Riding. 2000. Performance, Firm Size, and Management Problem Solving. *Journal of Small Business Management* 38 (4), 42-58.
- Orser, B.S., Horgarth-Scott, dan P. Wright. 1998a. *Opting for Growth: Gender Dimensions of Choosing Entreprise Development*. In Proceeding of Annual Conference of the Administrative Sciences Assotiation of Canada, Entrepreneurship Division. Sakatoon. 21-36.
- _____.1998b. On the Growth of Small Entreprises: The Role of Intentions, Gender and Experience. http://www.babson.edu/entrep/fer/papaers98/XIII/XIII_A/XIII_A.html.
- Porter, L.W., Crampom, W.J. and Smith, F.J. 1976. Organizational commitment and managerial turnover. A Longitudinal Study. *Organizational Behaviour and Human Performance*, 15, pp. 87-98.
- Reynolds, P., and B. Miller. 1988. *Minnesota New Firms Study: An Exploration of New Firms and their Economic Contributions*. Minneapolis, Minnesota: Centre for Urban and Regional Affairs.

- Reynolds P., D. Storey, dan P. Westhead. 1994. Cross-National Comparison of the Variation in New Firm Formation Rates. *Regional Studies* 28(4). 443-456.
- Reynolds, P.D. 1991. Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16 (2). Pp. 47-70.
- Sadler-Smith E., Yve H., Ian C., dan Beryl B. 2003. Managerial Behavior, Entrepreneurial Style, and Small Firm Performance. *Journal of Small Business Management*.
- Schumpeter J. 1965. *Theory of Economic Development*. 4 th edition. Munich. Leipzig: Von Duncker and Humblot.
- Schumpeter, J.A. 1965. *Economic Theory and Entrepreneurial History*. in Aitken H.G.J. (ed). Exploration in Enterprise. Cambridge Mass. Harvard University Press.
- Scott, P., Bryn, J., Bramley, A., and Bolton, B. 1996. Enhancing Technology and Skills in Small and Medium-sized Manufacturing Firms: Problems and Prospects. *International Small Business Journal*. Vol. 14, No.3. pp. 85-99.
- Stajkovic,A., and Luthans. F. 1998. Self-efficacy and work related performance : A meta-analysis. *Psychological Bulletin*. 124, pp 240-261.
- Steel, W. 1977. *Small Scale Industry: Employment and Production in Developing Countries*. New York. Praegers Publishers.
- Stewart A. 1991. A Prospectus of Anthropology of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16 (2). Pp. 71-92.
- Tim Penyusun Kamus. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 1998. Edisi kedua. Balai Pustaka. Jakarta.
- Timmons, J.A. 1978. Characteristic and Role Demands of Entrepreneurship. *American Journal of Small Business* 3, 5-17.
- Trisnaningih S, dan Didik A. 2002. *Pengaruh komitmen terhadap kepuasan kerja Auditor: Motivasi sebagai variable intervening (studi empiris pada kantor akuntan publik di Jawa Timur)*. Simposium Nasional Akuntansi V. Edisi September. Semarang.
- Utsch A., Andreas R, Rainer R dan Michael F. 1999. Who Becomes a Small Scale Entrepreneur in a Post-Socialist Environment: On the Differences between Entrepreneurs and Managers in East Germany. *Journal of Small Business Management*.
- Wentzel K. 2002. The Influence of Fairness Perceptions and Goal Commitment on Manager Performance in A Budget Setting. *Behavior Research in Accounting* 14: 247-271.
- Yukl G.A., dan Latham G.P.1978. interrelationships among employee participation, individual differences, goal difficulty, goal acceptance, goal instrumentality, and performance. *Personel Psychology*, 31. 305-324.