

ANALISIS KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI FAKTOR PENENTU PERTUMBUHAN USAHA (Studi Kasus pada UMKM Martabak Setia Budi Semarang)

Muhammad Syawaludin Faiz

Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang
Jl. Prof. H Sudharto, SH. Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Dr. Ari Pradhanawati, MS

Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang
Jl. Prof. H Sudharto, SH. Tembalang Semarang KotakPos 1269

Drs. Wahyu Hidayat, M. Si.

Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang
Jl. Prof. H Sudharto, SH. Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Abstract : *Characteristics of the entrepreneurial is a very important, entrepreneurial characteristics were action, abilities and otherspecific character that owned by someone who related to entrepreneurial activity. The purpose of this study were to know characteristics of the entrepreneurial business owners and how characteristics of the entrepreneurship role as a business growth factor in MSMEs Martabak Setia Budi Semarang. In this research using qualitative descriptive type. The technique of taking resources is purposive sampling; techniques of data collection is done by conducting interviews, observation, and documentation; data analysis techniques usingcredibility test data by triangulation, transferability test, and confirmability test. The results of this study showed that in the MSMEs Martabak Setia Budi, entrepreneurial characteristics of business owners is a determining factor in the business growth, which is seen from five aspects such as leadership, task orientation and results, confidence, risk-taking and future orientation that have been already good, Advice for MSMEs Martabak Setia Budi which must keep product quality, make innovation so the consumers are not bored and adding the number of employees at each branch.*

Keyword : *Entrepreneurial characteristic, business growth, micro small and medium enterprises (MSMEs)*

Abstraksi : Sifat karakteristik kewirausahaan merupakan hal yang sangat penting yang harus dimiliki, agar usaha yang dijalani dapat bertahan dan tumbuh ditengah persaingan usaha yang ketat ini. Karakteristik kewirausahaan adalah tindakan, kemampuan dan sifat-sifat khusus yang dimiliki seorang yang berkaitan dengan kegiatan wirausaha . Tujuan penelitian ini untuk mengetahui karakteristik kewirausahaan pemilik usaha dan bagaimana karakteristik kewirausahaan berperan sebagai faktor pertumbuhan usaha pada UMKM Martabak Setia Budi Semarang. Tipe dari penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengambilan sumber informasi adalah *purposive sampling*; teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi; teknik analisis data menggunakan uji kredibilitas data dengan triangulasi, uji transferability, dan uji confirmability. Hasil dan pembahasan dalam UMKM Martabak Setia Budi adalah karakteristik kewirausahaan pemilik usaha merupakan faktor penentu pada pertumbuhan usaha ini, yang dilihat dari lima aspek yaitu kepemimpinan, orientasi tugas dan hasil, percaya diri, pengambilan resiko dan orientasi masa depan sudah sangat baik. Saran yang dapat disampaikan penulis yaitu tetap menjaga kuliatas produk, melakukan inovasi agar para konsumen tidak jenuh dan menambahkan jumlah karyawan pada setiap cabang.

Kata kunci : : Karatkeristik Kewirausahaan, Pertumbuhan Usaha, Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

1. Pendahuluan

Jumlah UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun jumlahnya terus meningkat di karenakan telah lahirnya kesadaran masyarakat tentang mengunggungkannya berwirausaha. Masyarakat membuat berbagai macam jenis usaha yang mereka bisa buat dari sektor industri kreatif, jasa, makanan dan lain-lain. Berikut adalah data BPS mengenai UMKM yang bergerak di berbagai sektor yang di gambarkan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Jumlah UMKM yang Bergerak di Berbagai Sektor

| Subsektor | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|
| Makanan | 5.248 | 5.463 | 5.662 | 5.852 |
| Minuman | 328 | 335 | 345 | 348 |
| Pengolahan Tembakau | 981 | 989 | 945 | 949 |
| Tekstil | 2.333 | 2.251 | 2.246 | 2.232 |
| Pakaian Jadi | 2.242 | 2.222 | 2.248 | 2.353 |

sumber Bps.go.id

Berdasarkan data yang telah disampaikan pada tabel 1.1 menunjukkan besarnya jumlah UMKM yang bergerak di sektor makanan. Dari tabel itu pula penulis tertarik untuk meneliti UMKM yang bergerak di sektor makanan. Dapat kita lihat dari tabel tersebut jumlah UMKM yang bergerak di bidang makanan paling besar jumlahnya di dibandingkan yang bergerak di sektor lainnya. Hal tersebut mungkin terjadi di karenakan masyarakat berpikiran membuat usaha di sektor makanan lebih mudah di dibandingkan usaha di sektor lainnya. Semakin besarnya masyarakat yang membuat usaha di sektor makanan juga menimbulkan dampak yang negative antara lain dapat menyebabkan usaha yang bergerak di sektor makanan banyak yang gulung tikar.

Salah satu dari UMKM yang bergerak di sektor makanan tersebut adalah UMKM Martabak Setia Budi di Semarang, Jawa Tengah. Menurut pak Man selaku pemilik usaha tersebut berdiri sejak tahun 1992. Awalnya pemilik usaha tersebut bekerja pada UMKM Kue Bandung Citarum Pak No kemudian setelah dirinya merasa sudah pandai membuat Martabak dan Kue Bandung tersebut kemudian dirinya memberanikan diri untuk membuka usaha yang sejenis yaitu bernama Martabak Setia Budi. Pada awal usaha ini sangat kesulitan namun dengan karakteristik kewirausahaan yang kuat usaha ini bisa bertahan dan sekarang telah mempunyai 7 cabang. Hal tersebut didukung dengan penelitian Heart dan Mcguiness (2000) dalam Haris Maupa (2004:99) menyimpulkan lebih dari setengah (51%) variasi pertumbuhan perusahaan di sebabkan oleh faktor-faktor yang menyangkut karakteristik peusahaan, latar belakang dan motivasi dari manajer-pemilik perusahaan tersebut dan strategi yang di terapkan. dan sisanya 49% adalah lingkungan bisnis. Dari penjelasan tersebut maka peliti memilih judul “ANALISIS KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI FAKTOR PENENTU PERTUMBUHAN USAHA (Studi kasus pada UMKM Martabak Setia Budi Semarang)”

Berdasarkan penuturan tersebut maka peneliti akan membahas dalam penelitian ini adalah bagaimana peran karakteristik kewirausahaan menjadi faktor penentu pada pertumbuhan usaha ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami :

1. Karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah martabak setia budi di Semarang, Jawa Tengah
2. Peran karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pemilik usaha dalam pertumbuhan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah Martabak Setia Budi di Semarang, Jawa Tengah.

2. Kajian Teori

Leonardus Saiman dalam bukunya Kewirausahaan (Teori, Praktik dan Kasus-Kasus), memaparkan beberapa definisi mengenai kewirausahaan menurut beberapa sumber, seperti: Pengertian kewirausahaan menurut Instruksi Presiden RI No. 4 Tahun 1995 dalam Saiman (2009:43): “Kewirausahaan adalah semangat, sikap, prilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisisen dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar”

Siswanto Sudomo (1989) dalam Pandji Anoraga (2004:41), Kewirausahaan adalah segala sesuatu yang penting mengenai seseorang wirausaha dan oleh karena itu dapat diartikan sebagai:

1. Sifat- sifat khusus yang dimiliki oleh seseorang wirausaha;
2. Kemampuan-kemampuan khusus yang dimiliki oleh seorang wirausaha;
3. Tindakan atau kegiatan yang di lakukan oleh seorang wirausaha; dan
4. Hasil karya atau dampak tindakan yang dilakukan oleh seorang wirausaha tersebut.

Menurut John J. Kao dalam Saiman (2009:41) Kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui kesempatan bisnis manajemen, pengambilan resiko yang paling tepat dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek agar terlaksana dengan baik.

Menurut LNH Sitanggang (2010:7) pertumbuhan suatu perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size/ukuran. Maksud dari ukuran yang dimaksud adalah perubahan suatu perusahaan yang dari kecil menjadi ukuran menengah dan dari menengah menjadi besar.

Menurut (Davidsson et. Al, 2002; Shanmugan an Bhaduri 2002) dalam Sri Susilo (2007:306) suatu pertumbuhan usaha sendiri dapat dilihat dari pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan laba yang didapatkan oleh usaha tersebut. Menurut Suprpto (2009) dalam penelitian Setiawan, Peter (2010:11) pertumbuhan perusahaan adalah peningkatan ukuran usaha dan adanya ekspansi operasi perusahaan melalui pengolahan kekuatan yang ada dalam perusahaan dan dalam kurun waktu tertentu. Misalnya dalam waktu tiga tahun terlihat adanya peningkatan ukuran usaha baik secara fisik ataupun dari pangsa pasar yang lebih luas.

3. Metode

Dalam hal ini peneliti menggunakan Metode Fenomenologi yang berusaha mengamati, memahami dan menghimpun data, menganalisis dan membuat kesimpulan terhadap suatu fenomena. Ini dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena yang bersifat deskriptif. Fenomenologi berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang diteliti sedemikian rupa, sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka yang berkaitan dengan peristiwa dalam kehidupan sehari-hari (Meleong, 2001:9). Penelitian ini mengamati sekaligus mendeskripsikan pemahaman penggunaan e-commerce pada pengembangan usaha mikro kecil menengah pada usaha batik. Studi ini juga menganalisis swot dari usaha batik.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau hubungan antara fenomena yang diuji. Metode kualitatif menurut Bigdan dan Taylor (Moleong, 2005:4) sebagai berikut metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Subyek penelitian dalam penelitian kualitatif adalah manusia (peneliti) itu sendiri. Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data, dan pelapor hasil penelitian Jenis data yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan manusia (peneliti) itu sendiri. Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data, dan pelapor hasil penelitian. Teknik pengumpulan data melalui Indept Interview, Observasi, wawancara terstruktur dan FGD. Teknik analisis dengan menggunakan bantuan analisis SWOT dan juga kajian Fenomenologis (*The Problem and Question Formulation - The Phenomenon, The Data Generating Situation - The Protocol Life Text, The Data Analysis - Explication and Interpretation*)

4. Hasil

Berdasarkan penelitian ini maka peneliti memilih berdasarkan purposive sampling yaitu yang dianggap mengetahui tentang bagaimana karakteristik pemilik usaha sehingga dapat berdampak pada pertumbuhan usaha maka dipilih informan sebagai berikut.

Tabel 1.2.
Key Informan

| No | Key Informan | Cakupan Informasi yang di Peroleh | Teknik Pengumpulan Informasi |
|----|---|--|---|
| 1. | Pemilik usaha (Bapak Suparman) | <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Kewirausahaan • Hubungan tenaga kerja dengan Pemilik Industri (Orientasi Tugas dan Orang) • Pertumbuhan Usahanya | <ul style="list-style-type: none"> • In-dept interview (Sugiyono 2008:413) • Observasi Partisipatif Moderat (Sugiyono 2008:405) |
| 2. | Istri pemilik usaha (Ibu Muryati) | <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Kewirausahaan • Hubungan tenaga kerja dengan Pemilik Industri (Orientasi Tugas dan Orang) • Pertumbuhan Usahanya | <ul style="list-style-type: none"> • In-dept interview (Sugiyono 2008:413) • Observasi Partisipatif Moderat (Sugiyono 2008:405) |
| 3. | Anak pemilik usaha (Bapak Wahyu Mulyawan) | <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Kewirausahaan • Hubungan tenaga kerja dengan Pemilik Industri (Orientasi Tugas dan Orang) • Pertumbuhan Usahanya | <ul style="list-style-type: none"> • In-dept interview (Sugiyono 2008:413) • Observasi Partisipatif Moderat (Sugiyono 2008:405) |
| 4. | Karyawan (Bapak Ponidi) | <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Kewirausahaan • Hubungan tenaga kerja dengan Pemilik Industri (Orientasi Tugas dan Orang) • Pertumbuhan Usahanya | <ul style="list-style-type: none"> • In-dept interview (Sugiyono 2008:413) • Observasi Partisipatif Moderat (Sugiyono 2008:405) |
| 5. | Karyawan (Bapak Giyanto) | <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Kewirausahaan • Hubungan tenaga kerja dengan Pemilik Industri (Orientasi Tugas dan Orang) • Pertumbuhan Usahanya | <ul style="list-style-type: none"> • In-dept interview (Sugiyono 2008:413) • Observasi Partisipatif Moderat (Sugiyono 2008:405) |
| 6. | Karyawan (Bapak Anto) | <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Kewirausahaan • Hubungan tenaga kerja dengan Pemilik Industri (Orientasi Tugas dan Orang) • Pertumbuhan Usahanya | <ul style="list-style-type: none"> • In-dept interview (Sugiyono 2008:413) • Observasi Partisipatif Moderat (Sugiyono 2008:405) |
| 7. | Pembeli | <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk | <ul style="list-style-type: none"> • In-dept interview (Sugiyono 2008:413) • Observasi Partisipatif Moderat (Sugiyono 2008:405) |
| 8. | Pembeli | <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk | <ul style="list-style-type: none"> • In-dept interview (Sugiyono 2008:413) • Observasi Partisipatif Moderat (Sugiyono 2008:405) |

Data Primer yang diolah, 2015

Data yang diperoleh dari Indept Interview kemudian diolah menggunakan Analisis SWOT. Berikut rekapitulasi hasil yang diperoleh :

Tabel 1.3
Analisis S.W.O.T UMKM Martabak Setia Budi Semarang

| Strenght | Weakness |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Jiwa kepemimpinan kharismatik pemilik usaha yang besar. • Semua karyawan dapat menyumbangkan ide. • Rasa percaya diri pemilik usaha yang besar pada usaha yang dilakukan • Jaringan kerjasamasa dengan pihak eksternal yang baik seperti hotel fave, patrajasa, smpn 21, kementerian agama dan lainnya. • Sifat pemilik usaha yang berorientasi masa depan yang baik. • Keorisinilan suatu resep produk. • Jujur dan tekun dalam berwirausaha. | <ul style="list-style-type: none"> • Sulitnya mencari tenaga kerja yang bisa di didik dan dipercayai. • Kurangnya pemberian sifat orientasi tugas dan hasil pada karyawan • Kurang aturan dan ketetapan dalam proses usaha. • Masih kurangnya inovasi pada produk yang dihasilkan. • Harga produk yang tergolong lebih mahal. • Pemasaran yang terbatas. • Keberanian mengambil suatu resiko. |
| Opportunities | Threats |
| <ul style="list-style-type: none"> • Kerja sama dengan dinas terkait. • Kerja sama dengan beberapa sekolah dan hotel di semarang. • Perluasan kerjasama dengan pihak eksternal. • Terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk yang sudah ada. | <ul style="list-style-type: none"> • Banyak inovasi martabak yang bermunculan. • Manajemen pesaing yang lebih baik. • Berkembangnya teknologi sistem penjualan. • Pengusaha besar membuka usaha martabak. |

Sumber: data primer yang diolah,2015

Berdasarkan dari data diatas maka penulis merancang matriks SWOT sebagai cara untuk mengetahui strategi apa yang diperlukan oleh pemilik usaha untuk memajukan usaha yang dijalankannya tersebut. Berikut matriks SWOT pada tabel 1.4

Tabel 1.4
Matriks SWOT

| Internal Eksternal | Strenght(S)Kekuatan | Weakness (W)Kelemahan |
|--|--|---|
| Opportunities (O) (Peluang) | <p align="center">SO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Memanfaatkan ide karyawan sebagai bahan evaluasi untuk lebih memajukan usaha. ➤ Mempertahankan kebersihan dan pelayanan yang prima. ➤ Memanfaatkan sifat orientasi masa depan untuk merencanakan perluasan pangsa pasar. ➤ Memperluas jaringan dengan dinas lainnya dan instansi lainnya. | <p align="center">WO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mencari dan mendidik karyawan agar menjadi lebih terampil. ➤ Melakukan sistem target untuk menanamkan jiwa orientasi tugas dan hasil pada karyawan. ➤ Memperkuat aturan dan memperbaiki manajemen yang ada. ➤ Melakukan inovasi pada produk yang ada. ➤ Menurunkan sedikit harga. |
| Threats (T) (Ancaman) | <p align="center">ST</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Merencanakan dan mengambil resiko untuk memperbesar usaha. ➤ Meningkatkan kerjasama dengan sekolah, hotel dan tempat umum lainnya sebagai bentuk perluasan kerja sama. ➤ Memanfaatkan sifat percaya diri untuk berinovasi. ➤ Mengikuti trend dan keinginan pasar yang ingin dituju. | <p align="center">WT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Menetapkan strategi pertumbuhan usaha yang efektif dan efisien. ➤ Lebih mempertimbangkan pengambilan resiko. ➤ Melakukan penjualan secara online. ➤ Memberikan sistem bonus yang lebih intensif agar karyawan lebih terpacu. ➤ Memperbaiki sistem manajemen yang ada. |

Sumber : Data primer yang telah diolah, (2015)

Pada Gambar 1.4 menunjukkan Matriks SWOT gabungan Usaha Batik di Semarang yaitu :

Strategi (SO) : dengan sifat kepemimpinan yang demokratis memungkinkan seluruh karyawan dapat memberikan ide untuk pertumbuhan usaha ini, mempertahankan kebersihan dan pelayanan yang prima sehingga para konsumen tetap loyal dengan produk yang usaha ini produksi sehingga berpengaruh pada pertumbuhan usaha, memanfaatkan sifat orientasi masa depan yang baik untuk merencanakan pertumbuhan usaha, dan bekerjasama dengan dinas terkait lainnya untuk pertumbuhan usaha.

Strategi (WO) : mencari dan mendidik para karyawan agar menjadi lebih terampil dan dapat bekerja dengan lebih efisien, menurunkan sedikit harga, menanamkan sifat orientasi pada hasil agar karyawan lebih terpacu, melakukan inovasi agar para konsumen tidak jenuh dengan produk yang ada.

Strategi (ST) : merencanakan dan mengambil resiko untuk memperbesar suatu usaha, melakukan kerja sama dengan sekolah, hotel dan dinas lainnya untuk perluasan pasar, memanfaatkan sifat percaya diri untuk berinovasi agar terciptanya loyalitas pelanggan yang ada.

Strategi (WT) : menentukan dan merencanakan pertumbuhan usaha yang efektif dan efisien, melakukan penjualan secara online untuk salah satu media pemasaran yang efektif dikarenakan

kemajuan teknologi, memberikan sistem bonus yang lebih intensif agar para karyawan lebih bersemangat, memperbaiki manajemen yang ada untuk bersaing dengan perusahaan besar yang ada.

5. Pembahasan

Berdasarkan analisa SWOT tersebut maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik kewirausahaan yang kuat pada pemilik usaha UMKM Martabak Setia Budi Semarang dapat menjadi faktor penentu pertumbuhan usaha. Dengan karakteristik kewirausahaan pemilik usaha yang kuat pada pemilik usaha dapat menciptakan kualitas SDM karyawan menjadi lebih baik sehingga dapat melayani konsumen dengan baik dan menciptakan kesetiaan pelanggan, sehingga dapat berdampak pada tingkat penjualan produk yang baik yang kemudian secara otomatis bisa berdampak pada pertumbuhan usaha secara maksimal. Dengan karakteristik kewirausahaan pemilik usaha yang kuat maka suatu usaha dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat hal tersebut ditunjukkan oleh usaha ini yang dapat bertahan dan mampu tumbuh menjadi lebih besar dari sebelumnya.

Bahwa Dewasa ini banyak orang yang berwirausaha hanya sekedar mengikuti trend yang ada tanpa tau bagaimana cara dan mengetahui usaha tersebut. Sehingga banyak usaha yang hanya bertahan sementara saja atau tidak berumur lama dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang usaha tersebut dan tidak kuatnya karakteristik kewirausahaan pemilik usaha tersebut sehingga tidak dapat bertahan ditengah persaingan yang ada, oleh karena itu pada penelitian ini penulis menuliskan pentingnya karakteristik kewirausahaan pemilik usaha pada seorang wirausaha untuk menjadikan suatu usaha menjadi tumbuh lebih besar.

6. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari data-data yang diperoleh dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. UMKM Martabak Setia Budi adalah sebuah industri rumah tangga yang bergerak di bidang kuliner, usaha ini berdiri sejak tahun 1992. Produk yang dijual pada usaha ini yaitu ada 3 jenis yaitu martabak telur, martabak manis dan kue pukis. Dalam menjalankan usahanya agar berkembang atau tumbuh menjadi besar pada Martabak Setia Budi yang sangat memiliki peran yaitu sifat kewirausahaan pemilik usaha tersebut.
2. Karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pemilik usaha Martabak Setia Budi yang meliputi kepemimpinan, orientasi tugas dan hasil, percaya diri, pengambilan resiko dan orientasi masa depan pada dasarnya sudah sangat baik yang berdampak pada pertumbuhan usaha pada usaha ini. Dalam hal kepemimpinan pemilik usaha ini sangat baik yaitu memiliki jiwa kepemimpinan kharismatik yang membuat banyak orang disekitar merasa terpengaruhi sehingga dapat mengikuti kemauan pemilik usaha ini dan juga memiliki sifat kepemimpinan yang demokratis sehingga seluruh karyawan yang ada dapat menyumbangkan ide pada usaha ini sehingga dapat berdampak positif pada usaha ini.
 - Sifat kewirausahaan pemilik usaha yaitu orientasi tugas dan hasil pada saat usaha ini awal berdiri sangat baik yaitu terlihat pada kerja keras pemilik usaha dalam memajukan usaha ini namun pada saat usaha ini sudah mulai maju sifat orientasi tugas dan hasil sedikit mulai mengilang namun pemilik usaha memiliki sifat religius yang besar yaitu pemilik usaha yakin bahwa rezeki sudah ada yang mengatur dan ruti menyedahkan penghasilan yang dimiliki sehingga sifat percaya diri pada pemilik usaha ini terus bertambah besar, pemilik usaha ini sangat percaya diri bahwa usaha yang dijalani ini akan bertumbuh besar hal tersebut didukung oleh kualitas produk yang dihasilkan pada usaha ini sangat baik yang menyebabkan rasa percaya diri pemilik usaha bertambah besar dan berdampak pada pertumbuhan usaha.
 - Sifat kewirausahaan pengambilan resiko pemilik usaha ini sangat baik yaitu terlihat pada saat wawancara, pemilik usaha dalam mengambil suatu keputusan sangat dipikirkan resiko yang ada dengan cara berdiskusi dengan istri dan juga melakukan rekayasa resiko sehingga keputusan yang diambil resiko yang terjadi tidak begitu buruk. Hal tersebut sangat baik

- dalam pertumbuhan usaha karena dengan rekayasa resiko maka suatu usaha akan terhindar dari dampak resiko yang buruk.
- Sifat orientasi masa depan pemilik usaha ini sangat baik terlihat pada saat wawancara pemilik usaha sangat memperhatikan usaha ini untuk terus berkembang yaitu cara yang dilakukan antara lain adalah dengan mempatenkan nama usaha tersebut sehingga tidak sembarang orang dapat memakai nama usaha tersebut dengan usaha yang sejenis, pemilik usaha juga membuat sertifikat yang dibuat dinas kesehatan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang dihasilkan sangat terjaga kebersihannya. Pemilik usaha juga merencanakan kedepannya usaha ini akan dibuat *frenchise* agar terus berkembang menjadi usaha yang lebih besar lagi.
 - Pertumbuhan usaha pada usaha ini juga didukung dengan jaringan pemilik usaha yang luas yaitu pemilik usaha bekerjasama dengan sekolah, hotel dan dinas terkait, yaitu bila pada saat mengadakan acara menggunakan produk usaha ini sebagai snack.

Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan penulis untuk UMKM Martabak Setia Budi dalam melakukan pertumbuhan usaha adalah sebagai berikut :

1. UMKM Martabak Setia Budi diharapkan agar lebih mempertimbangkan pengambilan resiko yang akan dipilih.
2. Agar pengembangan produk menjadi lebih efektif dan juga sebagai usaha mendorong kreativitas seluruh karyawan, UMKM Martabak Setia Budi disarankan untuk mencoba menjadi *market leader* dengan cara membuat inovasi produk baru pertama kali yang belum ada di pasar sasaran.
3. UMKM Martabak Setia Budi diharapkan dapat tetap menjaga kualitas produknya dan hubungan yang baik dengan konsumen serta pihak lainnya dengan cara terus memantau atau mengikuti perkembangan selera konsumen serta keluhan-keluhan dari pelanggan yang berkaitan dengan produk yang dihasilkan sehingga para konsumen tetap loyal pada produk yang dihasilkan.
4. Sebagai salah satu cara untuk mengembangkan produknya, UMKM Martabak Setia Budi disarankan dapat melakukan strategi peniruan kreatif. Strategi peniruan kreatif tersebut dilakukan dengan meniru produk pesaing tetapi dimodifikasi/diperbaiki sehingga menjadi produk yang lebih baik dan menarik.
5. UMKM Martabak Seti Budi diharapkan melakukan penambahan karyawan di cabang yang ada sehingga pada saat ramai pembeli tidak terlalu lama menunggu.
6. Melakukan penjualan secara online dan memberikan diskon atau bonus sebagai sarana promosi untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Daftar Referensi

- Saiman, Leonardo. 2009. *Kewirausahaan, Teori, Praktik dan kasus-kasus* Jakarta: Salemba Empat
- David FR. 2006. *Manajemen Strategi (Terjemahan) 10th Ed.* Jakarta : Salemba Empat
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis.* Jakarta: Reneka Cipta
- Hasrich, Robert dan Michael P. Peters, Dean A. Shepherd (Penerjemah: Chirisawan Sungkono & Diana Angelica). 2008. *Entrepreneurship (Kewirausahaan).* Jakarta: Salemba Empat.
- Cahya, Edwin Ningrum Setyawati (2012). *Karakteristik Kewirausahaan dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Studi Kasus Sentra Kerajinan Rotan di Amutai Kab. Hulu Sungai Utara, Provinsi Kalimantan selatan.*
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Bisnis.* Alfabeta. Alfabeta: Bandung.
- Tambunan, Tulus (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu Penting.* Jakarta: Salemba Empat
- Herri dan Ida. *Sifat Kewirausahaan dan Prestasi Usaha Kecil dan Menengah Sumatra Barat.* Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi, Vol 5 no 2, Agustus 2005

Maupa, Haris (2004). Faktor-Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Kecil di Sulawesi Selatan. Analisis, Volume 1, nomer 2, maret 2004
Wahid, Mudjiarto Aliaras (2006). Membangun Karakter dan Kepribadian kewirausahaan. Jakarta: University Press

Website :

<http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/>

www.bps.go.id

www.wikipedia.com

www.googleearth.com