

PEMETAAN DAYA SAING PENGUSAHA MUHAMMADIYAH DI SURAKARTA

Oleh :

Muhammad Sholahuddin, SE, M.Si.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

ABTRAKSI

Penelitian ini akan berfokus pada pengusaha muslim yang merupakan komunitas terbesar dalam komposisi demografis penduduk Solo. Sektor perdagangan masih memegang peran penting dalam perekonomian nasional. Dari segi besarnya jumlah tenaga kerja yang mampu ditampung, sektor perdagangan menempati urutan ke dua setelah sektor pertanian yaitu sebesar 22,21 juta orang dari 107,41 juta orang yang bekerja di Indonesia (BPS, per februari 2010).

Keyword : *entrepreneurship, accessibility, competitive advantage*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Upaya pemerintah untuk mengurangi tingkat (dan jumlah) pengangguran sebagai bentuk keberpihakan terhadap rakyat (*pro job*) serta bentuk pengembalian amanat Undang-undang tampaknya belum menunjukkan hasil yang menggembirakan. Tingginya angka pengangguran dan kemiskinan tampaknya masih selalui menghiasi pemandangan di sekitar kita sekaligus menjadi kerikil yang turut serta muncul dalam setiap laporan statistik perekonomian. Mainstream utama pembangunan nasional tampaknya masih berpijak dan berpihak pada formulasi pertumbuhan ekonomi dari racikan resep para ekonom mazhab liberal yang mengagung-agungkan peranan modal (kapital). Karenanya isu-isu ekonomi makro yang masih menjadi tren dan arus utama adalah bagaimana upaya menarik investor, menjaga nilai tukar rupiah, pengendalian inflasi serta regulasi sektor fiskal dan moneter (perbankan, pasar modal, asuransi, dll). Bila dirunut, arah kebijakan ini tentu saja didasarkan pada saran para pakar ekonomi yang duduk di belakang pemerintah sebagai

think thank dalam pengambilan keputusan nasional. Latar belakang pendidikan dan rujukan penelitian yang mengadopsi perkembangan dunia barat (negara maju) memegang peranan penting dalam pembentukan opini ini. Kalangan ini lebih dikenal sebagai mafia berkeley dan mazhab ekonomi liberal. Padahal telah nyata-nyata seringkali berbagai kebijakan yang diambil dari proposisi mereka tidak selalu cocok diterapkan di negara berkembang seperti Indonesia. Imbasnya adalah carut-marut dan tumpang tindihnya kebijakan yang dihasilkan dengan dampak langsung pada masyarakat luas yang tidak sepenuhnya faham akan dibawa kemana bahtera negeri ini oleh pemerintah. Yang dimengerti dan dimaui oleh masyarakat arus bawah (*grass root*) adalah harga bahan kebutuhan pokok murah dan tercukupi, lapangan kerja yang luas, akses pendidikan dan kesehatan yang murah serta kepastian ekonomi. Bila menghendaki arah ekonomi sebagaimana negara barat, maka negeri ini paling tidak harus pula mengalami fase panjang pembentukan masyarakat yang mapan sebelum siap disandingkan dengan masyarakat barat. Tentu saja hal ini sulit (untuk tidak mengatakan mustahil) dilakukan. Hal ini sekaligus membuktikan terjadi gap antara dunia akademisi (yang mengeksplorasi penelitian dan menghasilkan teori) dan kebutuhan empiris masyarakat. Kondisi ini dapat pula dilihat dari arah dan tren riset (penelitian) yang lebih merujuk pada isu-isu ekonomi negara industri (maju) dibanding kebutuhan dan permasalahan lokal. Tak pelak

Bila dirunut, kontradiksi antara arah kebijakan dengan kondisi faktual akan banyak kita temui. Pemerintah menaikkan harga BBM padahal kenyataannya negeri ini merupakan surganya tambang, proyek industrialisasi digencarkan padahal negara ini bercorak agraris, harga beras seringkali melonjak dan bergerak liar padahal petani merupakan kelompok terbanyak penyumbang kemiskinan, pemerintah dengan mudah menggelontorkan dana untuk BLBI dan Bank Century tetapi sangat sulit membiayai pendidikan, kesehatan dan pembukaan lapangan kerja, rakyat kecil dijejali dan dikejar-kejar pajak padahal banyak perusahaan besar mengemplang pajak tidak ditindak, pemerintah menyediakan *stand by loan* untuk mem-bail out perbankan tetapi sangat pelit mengeluarkan kredit ke UMKM, obral BUMN jor-joran dan setelah terjual pun pemerintah diharuskan memberikan suntikan saat perusahaan kolaps dan seterusnya. Salah arah kebijakan ini tentu saja tidak dapat

dibiarkan terus-menerus jika tidak ingin negeri ini bangkrut (*failed stated*). Perlu ada agenda baru mengarahkan opini yang tepat dan solutif. Akar panjang tersebut dapat dimulai dari kalangan akademisi melalui pembenturan arah studi dan riset pada tema-tema yang lebih membumi dan faktual. Berbagai kontradiksi di atas seharusnya dapat terjawab dalam bingkai penelitian jika banyak ekonom kita peduli atas hal ini.

Sudah harus segera diakhiri orientasi studi pada *capital minded*. Memperhatikan komposisi demografis dan struktur pekerja di Indonesia isu *entrepreneurship* menjadi arus obyek kajian yang menarik dan urgen saat ini. Menurut catatan Kadin, sebagian besar perusahaan yang ada di Indonesia 70% merupakan usaha skala kecil-menengah dan porsi kecil merupakan perusahaan besar atau MNC. Hanya saja bila ditinjau dari kapitalisasi aset, porsi tersebut menjadi terbalik. Dengan paradigma ekonomi liberal tentu saja bagi pemerintah lebih menguntungkan mengurus pihak yang memiliki jumlah aset besar dibanding mereka yang banyak tetapi beraset kecil. Tentu saja dengan alasan untuk menjaga iklim usaha dan investasi yang kondusif serta menjaga kepercayaan pasar. Meskipun pemerintah telah banyak memihak dan memberikan fasilitas bagi berkembangnya usaha skala besar tetapi posisi mereka tidak membawa pada perbaikan kondisi masyarakat secara signifikan. Saat ditempa krisis, perusahaan besar ini lebih mudah kolaps dan memperparah guncangan dibanding mereka (kalangan usahawan dan perusahaan skala kecil-menengah) yang resisten dan segera bangkit meski tidak banyak dibantu oleh pemerintah. Seringkali perusahaan besarlah yang mengurus APBN dan telah terbukti pula dalam krisis global terakhir, negeri ini tetap eksis dengan pertumbuhan ekonomi positif karena bersandar pada kemampuan domestik.

Di barat sendiri telah mulai bergeliat studi tentang *entrepreneurship*. Glaeser, Kerr dan Ponzetto (2009) memberikan paparan menarik dalam penelitiannya. Sebanyak 80% oendirian usaha baru merupakan perusahaan kecil (*single-unit startups*) dengan sumbangan 53% pekerjaan baru. Sejumlah 75% pendirian usaha baru tersebut menggunakan 5 atau kurang pekerja sedang perusahaan dengan pekerja lebih dari 100 orang hanya berjumlah 0,5% atau ekspansi perusahaan yang berjumlah 4%. Sebagian besar perusahaan yang baru berdiri tersebut bergerak di bidang jasa/services (39%), perdagangan retail (32%) dan

konstruksi (13%). Dengan tingkat pertumbuhan sebesar 10% pendirian usaha baru mampu menurunkan 7% angkatan kerja. Angka elastisitas pertumbuhan pekerjaan pada perusahaan baru terhadap angkatan kerja sebesar 0,97. Ini artinya banyaknya pertumbuhan angkatan kerja mampu diserap oleh berdirinya perusahaan baru (*start up*). Apabila Amerika Serikat saja (yang merupakan negara industri maju) masih mengandalkan perusahaan kecil-menengah dalam penyerapan tenaga kerja, lalu bagaimana dengan Indonesia? Apakah pemerintah akan tetap pada track ideologi industrialisasi dalam pembangunan nasional?

Penelitian seperti di atas harusnya segera dilakukan di Indonesia. Menurut laporan BPS, dari segi komposisi lapangan pekerjaan yang ada, sektor pertanian masih menyumbang angka terbesar (42,8%) diikuti sektor perdagangan (22,2%) dan jasa kemasyarakatan (15,6%). Menurut status pekerjaan utamanya hampir separuh dari rakyat Indonesia bekerja sebagai usahawan dan hanya 30% yang berprofesi sebagai karyawan. Dari fakta tersebut harusnya bisa ditebak bahwa arah kebijakan ekonomi akan berpihak pada sektor pertanian. Tetapi asumsi ini jauh dari kenyataan. Apakah besarnya lapangan kerja di sektor pertanian dan perdagangan memberikan sumbangan besar pula dalam menampung angkatan kerja dan mengurangi kemiskinan? Secara kasat mata dapat kita lihat, jumlah lahan pertanian yang semakin menyusut dan tingkat kemiskinan yang tinggi di sektor ini serta urbanisasi besar-besaran akibat industrialisasi menjadi sebab utama banyaknya angkatan kerja tidak memilih sektor ini sebagai harapan pekerjaan. Jikalau ada, mereka yang terjun di bidang ini lebih disebabkan karena keterpaksaan atau tradisi yang berimbas pada minimnya produktivitas dan kreativitas sektor ini. Ditinjau dari struktur pelaku usahanya, kedua sektor ini lebih banyak masuk dalam rumpun *entrepreneurship* sehingga studi tentangnya menjadi urgen untuk segera dilaksanakan.

Untuk menggenjot penyerapan tenaga kerja tampaknya pemerintah tidak bisa lagi berharap pada perusahaan besar. Mereka umumnya mengandalkan penguatan modal (*capital intensive*) dan teknologi dibanding harus *hire* karyawan baru. Bahkan dalam skala dan kondisi tertentu mereka akan melakukan rasionalisasi pekerja. Tumpuan satu-satunya pemerintah adalah kepada usaha kecil-menengah yang terbukti mampu menyerap tenaga kerja lebih banyak. Atau pemerintah dapat juga menggiatkan *entrepreneurship* dengan

membuat kebijakan yang berpihak pada mereka. Diakui ataupun tidak kemiskinan, pengangguran, kebodohan merupakan lingkaran setan yang harus segera diputus paling tidak dimulai dari salah satunya, mengurangi pengangguran misalnya.

Miskinnya studi tentang *entrepreneurship* (terutama di barat) di bidang ekonomi telah diakui oleh Oort dan Stam (2006). Selain karena faktor mazhab liberal yang mengendalikan arah studi ekonomi, kesulitan lain yang dihadapi para peneliti adalah keterbatasan data yang rinci tentang *entrepreneurship*. Karenanya perlu segera dilakukan upaya serius menapaki jalan panjang ini dengan memulai membuat database *entrepreneurship* dan riset berkelanjutan.

B. Perumusan Masalah

Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini mengambil tema besar *entrepreneurship* dengan karakteristik islam sebagai *covering*. Rumusan pertanyaan yang diajukan adalah bagaimana pemetaan daya saing pengusaha muslim di solo?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengumpulkan data empiris pengusaha Muhammadiyah di kota Solo. Dari database yang dikumpulkan tersebut akan dapat diteruskan dengan studi dan opini serta upaya sinergi lebih lanjut tentang *entrepreneurship*.

D. Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting untuk dilaksanakan karena banyak manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini oleh berbagai kalangan, misalnya:

1. Bagi Organisasi Muhammadiyah, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pemberdayaan dan sinergi lebih lanjut para pengusaha Muhammadiyah di Surakarta.
2. Bagi kalangan akademisi, penyediaan data ini akan sangat membantu proses penelitian berikutnya dalam mengungkap berbagai hal yang belum terjawab dalam *entrepreneurship studies*.

3. Bagi kalangan pengusaha, penelitian ini akan mempermudah melihat *positioning* mereka dalam percaturan bisnis sekaligus membuat langkah kebijakan yang strategis bagi keberlangsungan usaha. Data ini dapat pula memperkuat jaringan usaha.
4. Bagi pemerintah, berbagai bentuk studi lanjutan dari data ini akan memberikan imbas positif bagi arah pengambilan kebijakan yang tepat sasaran
5. Masyarakat umum juga akan dapat merasakan dampaknya bila rangkaian studi dilanjutkan implikasi kebijakan dilakukan secara kontinu (berkesinambungan).
6. Kalangan perbankan dan lembaga keuangan islam (BMT, BAZ/LAZNAS,dll) juga dapat mengoptimalkan kinerjanya dalam memberikan jangkauan akses pendanaan terhadap pengusaha muslim.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Belum banyak studi di dalam negeri yang menjelaskan *positioning entrepreneur* dalam perekonomian nasional, bagaimana keterkaitannya, seberapa besar sumbangan dan potensinya terhadap perekonomian. Namun kita dapat melihat beberapa riset yang dilakukan di negeri lain sebagai pijakan awal. Penelitian yang dilakukan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2006 terhadap 42 negara dunia (termasuk Indonesia) menggambarkan fakta menarik yang bisa kita tindak lanjuti (*follow-up*). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat *entrepreneurship* berbanding terbalik dengan tingkat PDB per kapitannya tetapi bentuk kurvanya menyerupai huruf “U”. Negara dengan tingkat PDB per kapita yang rendah (seperti Indonesia, Filipina, Peru dan Kolombia) menunjukkan tingkat *entrepreneurship* yang tinggi. Kondisi ini berkebalikan pada negara dengan pendapatan menengah-tinggi (seperti Jepang dan Uni Eropa) yang menunjukkan tingkat *entrepreneurship* rendah. Tetapi tingkat *entrepreneurship* kembali tinggi pada negara yang PDB per kapitanya tinggi (seperti Amerika Serikat dan Norwegia).

Temuan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut, pada negara dengan pendapatan per kapita rendah struktur perekonomian yang tidak mampu mengakomodir tingkat angkatan kerja dengan luas pekerjaan yang tersedia akhirnya “memaksa” kalangan yang kalah

borkempetisi mendapatkan pekerjaan tersebut untuk menciptakan pekerjaan sendiri. Usahawan atau wirausaha inilah yang kemudian disebut sebagai wirausahawan yang terpaksa (*necessity entrepreneurs*). Kondisi ini berbeda dengan negara berpendapatan per kapita tinggi. *Entrepreneurs* yang tercipta bukanlah karena 'keterpaksaan' sistemik dari struktur perekonomian yang ada namun lebih disebabkan karena 'pilihan mandiri' untuk mencapai kemakmuran yang lebih baik dibanding menjadi tenaga kerja (*employee*). Pada negara berpendapatan per kapita menengah-tinggi sebagian besar angkatan kerja lebih memilih menjadi pekerja karena perekonomian telah mapan dan jaminan sosial tenaga kerja telah terpenuhi dengan baik. Selain itu biasanya di negara-negara tersebut mengenakan pajak yang cukup tinggi sehingga menurunkan minat banyak kalangan untuk mendirikan usaha baru.

Dalam kaitannya dengan fungsi mengurangi jumlah pengangguran, terdapat beberapa simpang siur hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap *entrepreneurship*. Seperti temuan Audretsch dan Thurik (2000) yang membuktikan bahwa meningkatnya jumlah *entrepreneur* mampu mengurangi jumlah pengangguran. Mereka menyebut kondisi ini sebagai '*schumpeter effect*' merujuk pada teori Schumpeter yang menyatakan bahwa *entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap ketenagakerjaan. Penelitian ini berlawanan dengan apa yang diungkap oleh Carree (2002) dalam Christmas (2009) bahwa *entrepreneurship* tidak ada hubungannya dengan pengangguran. Atau bahkan terdapat pula yang menyatakan bahwa keduanya memiliki hubungan yang terbalik. Pernyataan ini ditunjang dengan temuan Barringer (2007) dalam Christmas (2009) yang menunjukkan bahwa kebanyakan perusahaan baru (*start-up companies*) memiliki banyak kendala dalam bertahan sehingga kebanyakan dari mereka tumbang kurang dari 2 tahun eksistensi semenjak berdirinya. Hanya saja perlu telaah lebih jauh terkait perbedaan kedua hasil penelitian tersebut. Bagi peneliti dalam negeri dan pembuat kebijakan, perbedaan ini merupakan tantangan untuk dikonfirmasi aktualitas dan lokalitasnya untuk kasus domestik.

Kondisi di atas menarik untuk dilakukan studi mengenai implikasi jangka pendek dan panjang terkait tingginya *entrepreneurs* 'terpaksa' tersebut bagi perekonomian Indonesia. Seberapa besar peran mereka dalam membangun perekonomian negeri dan kemampuan

mereka dalam mengurangi angka pengangguran serta daya tahan terhadap kondisi perekonomian domestik dan global merupakan riset yang mendesak untuk dilakukan. Beranjak dari pengalaman merasakan beberapa kali hantaman krisis ekonomi regional dan global oleh negeri ini dengan menyisakan hancurnya perekonomian dan tetap *existnya* kalangan *entrepreneur* sebagai penjaga terakhir perekonomian merupakan bukti tak terelakkan betapa urgennya pemerintah segera membuat regulasi yang memihak mereka. Tentu saja hal ini dapat diawali dengan melakukan riset atas pertanyaan-pertanyaan di atas. Belum lagi terkait kualitas *entrepreneur* yang ada, resistensi (daya tahan) terhadap guncangan buruknya perekonomian nasional dan global, kontinuitas (keberlanjutan) usaha baru dan skala kecil-menengah, *accessibility* (jangkauan akses) terhadap berbagai pendanaan dan fasilitas dari pemerintah dan perbankan, persistensi (kemampuan pencegahan) dari lingkungan yang menghimpit dan lain-lain adalah tema-tema *entrepreneurship* yang harus segera terpecahkan. Dengan implikasi kebijakan yang memadai. Bukan saatnya lagi bergantung pada pandangan perekonomian mainstream utama yang hanya berpihak pada pemilik modal besar (kapitalis) yang nyata-nyata tidak cocok diterapkan di negeri ini.

Dikalangan ekonom sendiri terdapat dua arus besar pandangan *entrepreneurship* dalam posisinya sebagai penggerak ekonomi yaitu *managed economy* dan *entrepreneurial economy*. Kalangan *managed economy* berpandangan bahwa *competitive advantage* (keunggulan kompetitif) hanya akan tercapai bila skala produksi massal yang bersumber dari penggunaan modal (*capital*) dan tenaga kerja (*labor*) dapat terpenuhi. Teori bersumber dari Solow tersebut sering juga disebut paradigma lama yang sangat digdaya semasa periode industrialisasi terjadi. Syarat utama modal (*capital*) dan *labor* yang besar tersebut tentu saja hanya didapati pada industri (perusahaan) skala besar dan kuat, semisal *Multinational Corporation* (MNC). Kalangan ini berpandangan bahwa perusahaan yang baru berdiri dan perusahaan skala kecil-menengah tidak mampu mengangkat perekonomian yang dicirikan dengan (Brown dan Medoff, 1989) :

1. Inefisiensi produksi dibanding perusahaan berskala besar
2. Upah pekerja yang rendah

3. Kurang inovasi dengan rendahnya dukungan research and development (R&D) dalam produksi
4. Peran yang tidak signifikan dalam perekonomian.

Berbeda dengan pandangan pertama, kalangan *entrepreneurial economy* menganggap bahwa justru *entrepreneurship*lah yang sekarang berperan penting meningkatkan output perekonomian negara. Audretsch dan Thurik (2004) menekankan proses *knowledge spillover* (transfer pengetahuan) yang lebih cepat oleh bisnis baru dan skala kecil-menengah karena daya inovasi dan kreasi yang dibawanya. Argumen ini tampaknya cukup beralasan seiring dengan berkembang pesatnya teknologi dan menjamurnya usaha skala besar sehingga terjadi kejenuhan menjadikan bisnis baru dan skala kecil-menengah mendapat kesempatan berkembang pesat. Inilah beberapa alasan kuat argumentasi kelompok kedua :

1. Teknologi telah berkembang pesat sehingga skala produksi yang diperlukan untuk mencapai skala ekonomis dapat lebih rendah daripada sebelumnya.
2. Target pasar yang spesifik (*niche market*) yang dicirikan dengan lebih dapat digarap oleh perusahaan yang masih muda maupun masih berada dalam skala yang justru tidak terlalu besar.

Hanya saja kedua teori di atas belum tentu tepat untuk dikonfrontisir dalam konteks lokal atau di negara berkembang seperti Indonesia karena perbedaan fakta dan struktur perekonomian. Diharapkan dalam riset lanjutan akan ditemukan formulasi yang tepat (atau teori baru) tentang *entrepreneurship* di lingkup *developing country* atau negara bercorak agraris. Tetapi satu hal yang menjadi kesamaan tentang *entrepreneurship* yaitu perannya yang strategis membangun ketahanan perekonomian domestik.

B. Strategisitas Kota Solo

Solo merupakan daerah perdagangan terpenting di wilayah Jawa Tengah karena menjadi titik sentral arus pertemuan dari berbagai daerah di Jawa Tengah dan DIY. Selain kaya akan ragam budaya asli daerah yang memiliki akar sejarah panjang, Solo juga dikenal sebagai daerah strategis pengembangan bisnis dari berbagai penjuru dan pusat turbulensi

perputaran uang. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya Pendapatan Asli Daerah (PAD) Solo yang pada tahun 2009 mencapai angka Rp. 101,9 miliar. Ikon utama zona perdagangan di Solo adalah Pasar Klewer yang tidak hanya menawarkan sensasi berbisnis semata tetapi juga perpaduan akulturasi budaya dan keharmonisan. Perputaran uang per hari di Pasar ini diperkirakan mencapai Rp 7 miliar. Ini merupakan indikator penting 'metabolisme' perekonomian yang sehat dan dinamis serta prospektif. Belum lagi berbagai sentra perdagangan lain di Solo yang memiliki brand dan keunikan tempat berbelanja telah ditata dengan apik dan asri oleh pemerintah serta masyarakat. Kombinasi sehat antara sentra perdagangan tradisional dan modern menjadikan Solo menjadi titik temu berbagai kalangan yang punya selera dan kepentingan berbeda dalam berbisnis. Penataan sentra-sentra perdagangan tentu saja diimbangi dengan pertumbuhan bidang yang mendukung eksistensi kota perdagangan ini. Bidang lain yang dimaksud antara hotel, apartemen, rumah sakit swasta, pusat pendidikan, pengelolaan sampah dan Solo Techno Park. Potensi Solo semakin besar dengan akan dibangunnya jalan tol Semarang-Solo yang akan semakin memperlancar dan mempercepat akses, baik dari arah barat (Jakarta, Bandung) maupun timur (Surabaya).

Solo juga merupakan daerah padat penduduk dengan tingkat keragaman yang tinggi. Dari hasil rekapitulasi sensus penduduk 2010 yang dilakukan BPS pada 1-31 Mei penambahan penduduk di Solo tercatat 11.328 jiwa. Pada sensus penduduk 2010, total jumlah penduduk di Solo mencapai 503.421 jiwa dari total penduduk Jawa Tengah sebanyak 33.094.600. Sedangkan pada 2000 lalu, jumlah penduduk di Solo hanya 490.214 jiwa. Itu artinya pertumbuhan penduduk di Solo mencapai angka 2,6 persen. Lebih rendah dari pertumbuhan penduduk nasional yang berkisar 1,33 persen. Atau dari rata-rata pertumbuhan penduduk Jawa Tengah yang berkisar 0,58 persen. Bagi sebuah wilayah, pertumbuhan penduduk Solo tergolong cukup tinggi. Badan Pusat Statistik (BPS) Solo bahkan menyebut kepadatan penduduk di Solo paling tinggi se-Jawa Tengah dibandingkan kota atau kabupaten lainnya.

Ditinjau dari kaca mata demografis, jumlah penduduk yang besar dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi harus pula diimbangi dengan daya dukung wilayah

yang memadai. Tetapi karena luas wilayah Solo hanya 44 kilometer persegi menjadikannya sebagai kota terpadat penduduknya di Jawa Tengah. Besarnya jumlah penduduk ini tentu saja disumbang pula oleh perpindahan penduduk daerah sekitar yang mengadu nasib di Solo karena dianggap prospektif perekonomiannya. Ditinjau dari kaca mata ekonomi, kondisi topografi serta demografi kota Solo merupakan daya tarik tersendiri bagi investor dan pengusaha untuk menikmati iklim usaha yang menguntungkan. Ditambah lagi beragam keanekaragaman budaya dan tradisi telah menarik wisatawan domestik dan asing untuk berkunjung. Itu artinya menambah label kota Solo sebagai kota wisata budaya selain kota perdagangan. Tepatlah bila dikatakan Solo sebagai *the spirit of java* layaknya slogan yang dipromosikan.

Pemilihan kota Solo sebagai tempat penelitian selain didasarkan pada kondisi faktual di atas juga dikarenakan telah banyak studi dan riset yang membuktikan bahwa *entrepreneurship* akan semakin terdorong dan berkembang di tempat-tempat yang beriklim kondusif sebagaimana diungkap oleh Glaeser, Kerr dan Ponzetto (2009). Ditunjang studi tentang aglomerasi industri yang menunjukkan kecenderungan mengumpulnya pertumbuhan industri pada wilayah yang memiliki potensi besar dengan akses cepat terhadap bahan baku sebagaimana diungkap oleh Fadjat AD, dkk (2010). Kecenderungan aglomerasi ini tentu saja berakibat pada ketimpangan pembangunan daerah yang terjadi hampir di semua tempat. Kondisi ini jamak kita temukan di berbagai tempat di dunia sebagaimana teori Alfred Marshall yang menyatakan aglomerasi ekonomi sebagai penurunan biaya produksi industri karena kegiatan ekonomi berada pada lokasi yang sama.

Salah satu pakar di Indonesia tentang analisis spasial dan aglomerasi industri adalah Mudrajat Kuncoro dari UGM. Dalam bukunya beliau melakukan riset yang membuktikan bahwa industri manufaktur di Jawa lebih tertarik berlokasi di kawasan yang padat penduduk untuk menikmati *localization economies* dan *urbanization economies*. Istilah pertama diasosiasikan dengan skala suatu industri, sedang yang kedua mencerminkan ukuran pasar suatu kabupaten. Ditemukan juga bahwa terdapat sinergi antara ukuran pasar dengan kekuatan aglomerasi. Tarik menarik antar kekuatan aglomerasi diperkuat dengan struktur pasar yang berciri pasar persaingan tidak sempurna. Struktur pasar

semacam ini terbukti menghalangi persaingan sehingga perusahaan cenderung terkonsentrasi secara geografis. Dengan demikian Solo menjadi tempat paling strategis untuk melakukan riset ini ditinjau dari aspek perdagangan.

C. Pentingnya Sektor Perdagangan Bagi Pengusaha

Sektor perdagangan masih memegang peran penting dalam perekonomian nasional. Dari segi besarnya jumlah tenaga kerja yang mampu ditampung, sektor perdagangan menempati urutan ke dua setelah sektor pertanian yaitu sebesar 22,21 juta orang dari 107,41 juta orang yang bekerja di Indonesia (BPS, per februari 2010). Itu artinya sebanyak 21 persen penduduk Indonesia bergelut di sektor perdagangan. Daya tampung sektor ini akan semakin bertambah seiring meningkatnya daya dukung perdagangan oleh pemerintah dari segi penyediaan infrastruktur dan regulasi yang akomodatif. Dari jumlah orang yang bekerja tersebut sebanyak 20,46 juta orang berusaha sendiri dan sebanyak 21,92 juta orang berusaha sendiri dibantu buruh tidak tetap. Bila ditotal sebanyak 42,38 juta orang atau 40% memiliki jiwa pengusaha. Sebagaimana diungkap oleh Wennekers (2006) secara statis *entrepreneurship* dapat diartikan sebagai kepemilikan yang merangkap pengelolaan usaha sehingga *entrepreneur* termasuk didalamnya adalah owner manager, usaha kecil dan menengah (*small-medium enterprise*) serta wirausahawan (*self-employee*). Superioritas sektor perdagangan juga didukung oleh tingginya pertumbuhan sektor ini (bersama restoran dan hotel) terhadap pertumbuhan PDB nasional sebesar 1,6 persen.

Berbekal dukungan kuat sektor perdagangan harusnya menjadikan Solo sebagai tempat utama bagi pengusaha. Karena tiada perdagangan tanpa pengusaha dan juga sebaliknya. Penguatan sektor perdagangan berarti meneguhkan potensi Solo sebagai kawasan maju dan atraktif. Solo dapat belajar dari singapura yang tidak memiliki kekayaan sumber daya alam namun menjadi tempat favorit berbisnis sekaligus bergengsi. Di sisi lain penguatan sektor perdagangan berarti mendukung terbentuknya *entrepreneur* baru yang memberikan imbas positif bagi perekonomian, terutama pembukaan lahan pekerjaan sehingga secara simultan akan mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Studi

entrepreneur sektor perdagangan akan mengurangi bias penelitian yang *industrial minded* di Indonesia dan menghasilkan implikasi kebijakan yang kongkruen.

D. Moslem Entrepreneur

Penelitian ini akan berfokus pada pengusaha muslim yang merupakan komunitas terbesar dalam komposisi demografis penduduk Solo. Selain karena alasan kuantitatif, pengambilan sampel pengusaha muslim didasarkan pada beberapa alasan berikut:

1. Islam sangat menganjurkan pemeluknya untuk bekerja terutama di untuk berbisnis. Pernyataan ini didasarkan pada hadis Rasulullah SAW yang menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rizki ada di perdagangan. Selain itu, islamlah satu-satunya agama yang memberikan rujukan peraturan dan tuntunan yang lengkap perihal aspek muamalah (aktivitas hubungan manusia dengan manusia yang lain) terutama dalam hal perekonomian. Konsep ini tidak akan kita didapatkan di agama lain. Inilah wujud islam sebagai *way of life* yang sempurna. Dengan mendapatkan konfigurasi pengusaha muslim Solo akan dapat kita peroleh gambaran bagaimana aktualisasi ajaran islam terhadap pemeluknya di kota ini.
2. Solo dikenal juga sebagai tempat berkembangnya berbagai pergerakan islam mulai dari konservatif (tradisional), moderat hingga liberal. Karenanya akan sangat menarik untuk mengamati sisi lain ‘pergerakan’ mereka di dunia bisnis. Dari perolehan data faktual partisipasi dan potensi pengusaha muslim di sektor ekonomi akan dapat menggerakkan aktivis muslim untuk lebih terpaju turut serta dalam menggerakkan roda perekonomian berlandaskan sendi-sendi keislaman.
3. Belum ada *database* lengkap yang mengungkap konfigurasi pengusaha muslim di Solo. Penelitian ini sekaligus sebagai langkah awal pembentukan database yang dapat dilanjutkan dengan berbagai bentuk kajian dan penelitian. Pembuatan database akan memudahkan bagi semua *stakeholder* untuk menentukan strategi bisnis, analisis perilaku dan antisipasi pembuatan kebijakan terkait perekonomian secara umum di Solo. Penelitian ini diharapkan akan memberikan statistik definitif tentang jumlah (aktual dan potensi) serta jaringan yang terbentuk diantara pengusaha muslim.

4. Semakin menguatnya geliat bisnis syariah di Indonesia dan dunia. Bila tidak diimbangi dengan kompilasi database dan riset terpadu tentang bisnis syariah dikhawatirkan geliat ini hanya bersifat temporer, kehilangan arah ataupun menjadi lesu dan menghilang. Sangat penting kiranya untuk segera menggerakkan isu ini sebagai panduan (kompas) posisi dan arah aktualisasi ekonomi islam.

E. Penelitian Terdahulu

Di kalangan ekonom barat telah berkembang tema-tema variatif tentang *entrepreneurship studies*. Glaeser, Kerr dan Ponzetto (2009) melakukan penelitian kondisi, pengelompokan dan sebab *entrepreneurship* di Amerika. Tidak bisa dibantah bahwa meningkatnya jumlah lapangan pekerjaan porsi terbesar disumbang oleh tumbuhnya usaha baru di masyarakat. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara pertumbuhan lapangan pekerjaan dengan berkembangnya usaha skala kecil di masyarakat melalui pembentukan usaha baru (*start-up companies*). Di negara industri seperti Amerika Serikat, pertumbuhan *entrepreneur* ternyata mengelompok pada kawasan atau daerah-daerah industri (*city-industries*) dengan berdirinya banyak usaha kecil. Pertumbuhan *entrepreneurship* juga dipengaruhi oleh rendahnya biaya ekonomi suatu daerah (*low cost of economy*) termasuk tingkat upah yang rendah, iklim usaha yang mendukung, serta *supply entrepreneur* yang besar. Pertumbuhan usaha kecil tidak dipengaruhi secara kuat oleh industrialisasi yang ada, siklus produk (*product cycles*) dan usia berdirinya perusahaan. Penelitian ini juga menolak anggapan selama ini bahwa berdirinya usaha baru dipengaruhi oleh tingginya imbal hasil produksi (*abnormal return to production*) sehingga mendorong orang untuk mendirikan usaha baru.

Pengamatan lebih mendetail menunjukkan bahwa ketahanan kinerja *entrepreneurship* akan teruji secara alamiah oleh lingkungan bisnis dengan seleksi terhadap daya tahan keberlanjutan (*going concern*) perusahaan. Gompers, et al (2008) memberikan bukti track record *entrepreneur* akan sangat menentukan keberhasilan berikutnya (ekspansi) serta ketahanan perusahaannya. *Entrepreneur* dengan rekam jejak sukses cenderung akan

menuai kesuksesan berikutnya dibanding *entrepreneur* pertama kali dan mereka yang pernah gagal sebelumnya. Ini sekaligus membuktikan jargon '*success breeding success*' adalah benar adanya seperti kondisi faktual di lapangan. Hanya saja Gompers, et al (2008) mengecualikan *outlier* berupa *entrepreneur* yang sangat suksse dan yang sangat gagal. Mereka yang sangat sukses cenderung merasa puas sehingga tidak melakukan inovasi dan ekspansi. Sedangkan mereka yang sangat gagal cenderung tidak mampu bangkit karena pukulan yang terlalu berat. Penelitian ini juga menjawab kebimbangan faktor penentu keberhasilan *entrepreneurship* apakah karena *skill-based* ataukah *perception-based*. Dua faktor utama pembentuk keberhasilan adalah *marketing timing skill* dan *entrepreneur's management*. Terbukti bahwa kesuksesan *entrepreneurship* lebih disebabkan karena faktor keahlian dalam menentukan jenis industri yang dimasuki dan *timing* yang tepat untuk mengawali bisnis dibanding sekedar 'keberuntungan' dari beberapa anggapan (persepsi).

Penelitian tentang hubungan antara aglomerasi ekonomi dan pembentukan usaha baru dilakukan Oort dan Stam (2006). Terdapat beberapa permasalahan yang diteliti yaitu apakah faktor aglomerasi mempengaruhi keberadaan perusahaan yang telah ada dan perusahaan baru serta bagaimanakah konfigurasi ideal wilayah yang dapat mengakomodir berkembangnya perusahaan dan tumbuhnya perusahaan baru. Hasil penelitian di Belanda pada industri teknologi komunikasi menghasilkan beberapa kesimpulan. Temuan pertama menunjukkan bahwa dibandingkan perusahaan yang baru berdiri, perusahaan lama ternyata tidak terpengaruh secara positif oleh kompetisi yang ada dalam wilayah yang mengelompok. Kedua, bentuk wilayah yang terkonsentrasi penduduk (*urbanisasi*) memiliki dampak pengaruh yang berbeda-beda terhadap perkembangan perusahaan dan munculnya usaha baru pada berbagai skala. Ketiga, aglomerasi memiliki dampak yang sangat kuat terhadap munculnya perusahaan baru sedangkan perusahaan lama (*incumbent firms*) memiliki orientasi pengembangan wilayah yang lebih luas.

Terdapat pula riset *entrepreneurship* yang mengambil setting dalam negeri. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Christmas (2009) yang mengambil kasus pada industri manufaktur di Jawa Timur tentang hubungan antara pertumbuhan perekonomian dan tingkat *entrepreneurship*. Christmas berhasil membuktikan bahwa *entrepreneurship*

berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pertumbuhan ekonomi terutama sektor manufaktur yang menjadi pengamatan melalui mekanisme *start-up companies*, disamping faktor lain berupa input modal, tenaga kerja serta kualitas Sumber Daya Manusia. Hasil ini sejalan dengan teori Schumpeter (1934) bahwa pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh *entrepreneurship* dan hasil penelitian Zheng, Hu dan Wang (2008) yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak hanya sekedar bergantung pada investasi modal tetapi juga dipengaruhi inovasi dan cara baru berproduksi yang tentu saja didapatkan dari *entrepreneur* baru. Jika diamati lebih detail, kebanyakan penelitian tersebut mengambil setting sektor industri sehingga studi tentang *entrepreneurship* di sektor lain menjadi sangat terbuka luas untuk eksplorasi. Tentu saja dikaitkan dengan konfigurasi perekonomian lokal agar tercipta kesesuaian fakta dan kebutuhan pengembangan. Tidak sekedar studi dengan tema-tema yang *copy paste* dari negara industri maju dan cenderung dipaksakan atau terpaksa karena keterbatasan data.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini mengambil bentuk *explanatory research* dengan pendekatan deskriptif. Sangat disadari bahwa ketersediaan data tentang pengusaha di Solo sangat terbatas sehingga berbagai kajian ataupun bentuk penelitian lain yang berusaha mengeksplorasi karakteristik *entrepreneurship* di kawasan Soloraya menjadi sangat kurang. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengambil posisi awal dalam upaya penyediaan data kuantitatif konfigurasi pengusaha muslim di Solo. Dari data awal yang didapatkan akan diperoleh gambaran umum secara deskriptif topografi pengusaha di solo. Diharapkan kemudian akan berkembang penelitian lanjutan yang mengeksplorasi isu-isu lain terkait ketenagakerjaan, pertumbuhan dan persebaran ekonomi, kemiskinan serta pendapatan per kapita daerah. Analisa lanjutan tersebut tentu saja harus dapat ditindaklanjuti oleh seluruh stakeholder kota Solo dalam kaitannya pembuatan kebijakan yang tepat (*pro poor, pro job* dan *pro growth*) oleh pemerintah kota dan pengambilan keputusan strategis manajerial di tingkat mikro.

Masih luasnya *entrepreneurship studies* untuk dijadikan bahan kajian lebih lanjut menjadi tantangan tersendiri bagi kami dalam upaya mempersiapkan sarana dan turut serta menyemarakkan isu ini. *Entrepreneurship* merupakan pengertian yang cukup luas cakupannya ini, mulai dari mereka yang baru memulai usaha sampai mereka yang telah berhasil dan mendunia. Oleh karenanya, isu ini akan sangat tepat menjangkau berbagai lapisan dan berdampak luas terhadap masyarakat.

B. Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Memulai upaya pemetaan pengusaha bukanlah yang hal sederhana, terlebih bila belum ada sumber data sebagai pijakan dalam pengembangan. Sasaran utama yang kami harapkan adalah pelaku usaha langsung untuk mendapatkan gambaran (*capturing*) kondisi dan harapan mereka dalam kaitan dengan usaha yang mereka jalankan *primarily*. Karenanya data yang akan kami gunakan adalah data primer menggunakan media kuesioner. Hanya saja untuk mengatasi berbagai kelemahan penggunaan media kuesioner dalam penelitian ini maka kami juga akan mengkombinasikan dengan berbagai teknik eksplorasi lain yang memungkinkan. Berbagai bentuk teknik pengambilan data tersebut misalnya bekerjasama dengan berbagai pihak terkait untuk mengkonfrontisir data serta melengkapi pengumpulan data yang tidak lengkap karena berbagai hal (*missing, unsent, low respond, dll*). Dalam beberapa kasus dapat juga digunakan teknik interview terhadap subyek secara langsung. Konsep ini menuntut penganekaragaman jalur informasi dan penguatan komunikasi untuk menggapai sasaran utama penelitian. Sebagai *point of break* dalam *mapping* dapat digunakan misalnya jaringan ormas besar seperti NU dan Muhammadiyah, jaringan pengusaha muslim independen, sub jaringan pengusaha umum (asosiasi pengusaha umum dan spesifik), nama usaha dan pengusaha yang berkecimpung di dalam bisnis islam. Secara teknis, kami akan mengoptimalkan kerjasama dengan jaringan Muhammadiyah yang ada di kota Solo. Selain kesamaan institusi yang mempermudah koordinasi juga dengan pertimbangan Muhammadiyah merupakan ormas islam yang *leading* dan *concern* dalam upaya pengembangan aspek muamalah (pendidikan, rumah sakit, lembaga keuangan syariah, dll).

Strategi ini kami rancang sebagai bentuk antisipasi kecenderungan minimnya *feedback* penelitian bentuk kuesioner atas berbagai studi oleh kalangan akademisi. Pemetaan tahap awal ini diharapkan akan terus berlanjut dengan berbagai upaya aktualisasi (*updating*) database *entrepreneurship* dalam perodesasi yang terencana. Diharapkan *preliminary mapping* (pemetaan awal) ini menjadi stimulan bagi kalangan akademisi untuk memfokuskan kajian dan riset ekonomi yang melibatkan kalangan *entrepreneur* sebagai aktor penting pembangunan. Bila sasaran ini tercapai secara otomatis tentu saja akan tumbuh kesadaran (*awareness*) berbagai kalangan akan pentingnya isu ini untuk dikembangkan. Pemerintah selaku regulator akan membuat kebijakan yang tepat sedang *entrepreneur* selaku aktor akan lebih optimal perannya dalam perekonomian.

Sebagaimana teori kluster dan aglomerasi industri yang dibahas oleh Mudrajad Kuncoro di dalam bukunya, kondisi ini juga diyakini terjadi di dunia *entrepreneurship* sebagaimana telah dibuktikan dalam beberapa penelitian. Hal ini tentu saja akan mempermudah pengambilan data dalam penelitian ini. Terlebih topografi dan luas kota Solo yang tidak terlalu besar. Tetapi dengan jumlah populasi yang tidak sedikit tentu saja akan tetap dibutuhkan upaya yang tidak ringan. Perencanaan yang matang, aksesibilitas dan *team empowerment* merupakan kata kunci keberhasilan.

Sedangkan pengklasifikasian lapangan usaha akan dilakukan sedekat mungkin dengan ketentuan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia Tahun 2009 yang diterbitkan dalam Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 57 tahun 2009. Klasifikasi Baku Lapangan usaha Indonesia (KBLI) yang diterbitkan BPS mengkategorikan aktivitas/kegiatan ekonomi ke dalam beberapa lapangan usaha yang didasarkan pendekatan kegiatan yang menekankan pada proses dari kegiatan ekonomi dalam menciptakan barang/jasa dan pendekatan fungsi yang lebih melihat pada fungsi pelaku ekonomi dalam menciptakan barang/jasa. Hanya saja dalam perkembangan teknis di lapangan akan sangat dimungkinkan terjadi perbedaan atau ketidaktercapaian pada standar KBLI BPS, baik karena struktur ekonomi maupun alasan teknis. Kondisi ini nantinya akan dikonfrontisir dengan temuan di lapangan dan dijelaskan saat selesai penelitian.

C. Definisi Operasional dan Cakupan Penelitian

Terdapat banyak ragam definisi dari *entrepreneurship* di kalangan ekonom. Secara tradisional *entrepreneurship* diartikan sebagai pembentukan perusahaan baru, sebagian pakar menekankan aspek aktivitas memunculkan sesuatu yang baru, termasuk di dalamnya pertumbuhan perusahaan itu sendiri (Oort dan Stam, 2006). Sedangkan Wennekers (2006) membagi *entrepreneurship* ke dalam dua kategori yaitu pengertian secara statis dan dinamis. Pengertian secara statis diartikan sebagai kepemilikan yang merangkap pengelolaan usaha, sehingga *entrepreneur* termasuk didalamnya adalah owner manager, usaha kecil dan menengah (*small-medium enterprise*) serta wirausahawan (*self-employee*). Pengertian dinamis yang dimaksud adalah proporsi jumlah perusahaan baru (*start-up companies*) terhadap seluruh jumlah perusahaan dengan ukuran pertumbuhan bersih (*net start-up rate*). *Net start-up rate* dihitung dari jumlah perusahaan yang lahir dikurangi jumlah perusahaan yang keluar dari pasar atau industri dibagi dengan total jumlah perusahaan. Sedangkan pengertian *entrepreneurship* secara etimologis dijelaskan oleh Christmas (2009). Kata '*entrepreneur*' dalam bahasa Inggris modern merujuk pada pendiri sebuah bisnis atau pemilik sebuah perusahaan inovatif. Dari pengertian ini *entrepreneurship* merujuk pada dua hal, *inovator* atau *pioneer* yang mengejar peluang (*opportunity*) baru atau *owner manager* yang berarti pemimpin, pengelola, pengambil resiko sekaligus pemilik suatu usaha.

Literatur di atas merujuk pada penelitian yang berfokus pada sektor industri atau manufaktur. Sedang dalam penelitian ini akan lebih banyak berfokus pada sektor perdagangan sehingga akan ada sedikit perbedaan maksud *entrepreneurship* untuk kemudahan teknis di lapangan. Tetapi secara singkat dapat dijelaskan bahwa *entrepreneur* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah setiap mereka yang mengawali pendirian usaha baru, pemimpin atau pemilik suatu usaha yang terlibat secara aktif, inovator atau pengembang usaha yang telah ada (*existing*) serta wirausahawan (*self-employee*) baik mandiri ataupun dalam sebuah komunitas (jaringan). Sedangkan pengusaha muslim

merujuk pada *entrepreneur* yang beragama islam atau yang menjalankan bisnis islam. Penelitian ini akan mengambil lokasi di kota Solo.

Daya saing yang dimaksud adalah ukuran-ukuran terkait resistensi (daya tahan) terhadap guncangan, kontinuitas (keberlanjutan) usaha baru dan skala kecil-menengah, *accessibility* (jangkauan akses) terhadap berbagai pendanaan dan fasilitas dari pemerintah dan perbankan, persistensi (kemampuan pencegahan) atau antisipasi dampak buruk perekonomian, strategi bisnis dan nilai tambah (*value added*) usaha atau inovasi yang dijalankan. Kesemua cakupan di atas akan dirumuskan dalam format kuesioner yang memadai.

D. Teknis Pelaksanaan Riset

Penelitian ini akan dibagi dalam tiga tahapan pelaksanaan, yaitu :

Tahap perencanaan

1. Penyusunan proposal, desain penelitian dan *approval requirement*.
2. Pembentukan *team working* dan *run down timing* beserta job description.
3. Mapping sebaran *entrepreneur* dan menentukan jumlah pengambilan sampel.
4. Mendesain kuesioner dan melakukan riset awal/pengantar desain kuesioner terkait keterbacaan item pertanyaan kemampuan menggambarkan fakta.

Tahap pelaksanaan

5. Menentukan *channeling agency* dan sosialisasi teknis. Tahap ini juga disertakan surat-menyurat resmi ke berbagai instansi partisipatoris yang terkait dengan penelitian ini.
6. Distribusi, monitoring dan assisting sebaran kuesioner serta *on the spot interview*.
7. Mengumpulkan (*collecting*) dan mengatasi berbagai permasalahan teknis pengumpulan kuesioner.

Tahap tabulasi dan pelaporan

8. Pengorganisasian, *filtering*, tabulasi dan analisis data
9. Pembuatan laporan hasil studi.

E. Teknik Analisa Data

Karena fungsi utama penelitian ini adalah pembuatan database pengusaha muslim di Solo maka kami hanya menampilkan analisis yang bersifat deskriptif dan komparatif. Riset komparatif yang dimaksud adalah bahwa penelitian ini akan memberikan perbandingan dengan berbagai hasil penelitian lain terdahulu ataupun kondisi lain yang setara untuk menampilkan fakta perbedaan dan menguatkan analisa. Oleh karena itu kami juga akan menggunakan data sekunder berbagai instansi (terutama pemerintah) sebagai bahan komparasi. Dengan ini diharapkan akan menggerakkan penelitian empiris berikutnya untuk mengurai pertanyaan yang belum terjawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Audretsch, David B dan Thurik, Roy. Capitalism and Democracy in the 21st Century: From the Managed to the Entrepreneurial Economy. *Journal of Evolutionary Economics* 10. 17-34. 2000
- Audretsch, David B dan Thurik, Roy. A Model of The Entrepreneurial Economy. *International Journal of Entrepreneurship Education* 2 (2). 2004.
- Christmas, Eduardus. *Entrepreneurship Capital dan Pertumbuhan Manufaktur Regional Studi Empiris Provinsi Jawa Timur Tahun 2000-2005. Skripsi FE UI*. Tidak dipublikasikan. 2009.
- Badan Pusat Statistik. Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi. Juni 2010.
- Badan Pusat Statistik. Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 57 Tahun 2009 Tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia. 2009.
- Brown, C dan Medoff, J. The Employer Size-Wage Effect. *Journal of Political Economy* 97 (5). 1027-1059. 1989.
- Fadjar AD, dkk. *Aglomerasi Industri Sebagai Kekuatan Pertumbuhan Ekonomi Daerah Maluku*. Vibiz Regional Research. 2010
- Glaeser, Edward L.; Kerr, William R dan Ponzetto, Giacomo A.M. *Cluster of Entrepreneurship*. Harvard Business Scholl Working Paper 10-019. November 2009.
- Global Entrepreneurship Monitor 2006. Babson College dan London Business Scholl.
- Gompers, Paul A; Kovner, Anna; Lerner, Josh dan Scharfstein, David S. Performance Persistence in Entrepreneurship. Harvard Business School Working Paper 09-028. 2008.
- Kuncoro, Mudrajad. Analisis Spasial dan Regional. YKPN. 2008
- Oort, Frank GV dan Stam, Erik. *Agglomeration Economies and Entrepreneurship in the ICT Industry*. Erasmus Research Institute of Management (ERIM). Erasmus School of Economics. 2006.
- Weenekers, Sander. 2006. *Entrepreneurship at Country Level : Economic and Non-Economic Determinants*. Erasmus University Rotterdam.
- Zheng, Jianghuai, Hu, Zhinning dan Wang, Jialing. *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth : The Case of Yangtze River Delta ini China*. Industrial Economics Department. Nanjing University. 2008