

FAKTOR-FAKTOR PENENTU PERTUMBUHAN USAHA PADA PERUSAHAAN DI JAKARTA *ISLAMIC INDEX*

Wida Purwidianti
Tri Septin Muji Rahayu
Arini Hidayah
E-mail: wieda_76@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of positive firm size, firm age, business strategy, and internationalization efforts towards business growth partially. Business growth in this study is proxied by sales growth and profit growth. Samples studied are the companies that get into the Jakarta Islamic Index (JII) for three consecutive years. Analytical methods used to test the hypotheses is multiple linear regression analysis. The results showed that business strategy has a significant negative impact on sales growth. As for the other three variables, namely variable size, age and internationalization of business there is no significant impact on sales growth. Statistical tests for the four variables showed that none of them have a significant effect on earnings growth.

Keywords: size, age, business strategy, internationalization of business

JEL Classification: F23, M19

PENDAHULUAN

Perkembangan suatu industri dipengaruhi oleh faktor yang bersumber dari dalam maupun dari luar industri. Faktor dari dalam antara lain kemampuan manajerial, pengalaman pemilik atau pengelola, kemam-

puan mengakses pasar output dan input, teknologi produksi, dan sumber-sumber permodalan, besarnya modal yang dimiliki. Sedangkan faktor yang berasal dari luar antara lain bantuan teknis dan keuangan dari pihak pemerintah/swasta, kondisi perekonomian yang dicerminkan dari permintaan pasar domestik maupun dunia, dan kemajuan teknologi dalam industri. Salah satu faktor melihat perkembangan suatu industri adalah dengan melihat pertumbuhan usaha. Pertumbuhan usaha sendiri dapat dilihat dari pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan, dan pertumbuhan laba (Roper, 2009).

Menurut Handrimurtjahyo dkk (2007), besarnya unit usaha (*firm size*), lamanya usaha (*age*), dan legalitas usaha (*legal form*) mempengaruhi pertumbuhan usaha industri kecil pada tingkat kepercayaan 99% sedangkan variabel kebijakan pengambilan kredit perbankan mempunyai pengaruh yang signifikan pada tingkat kepercayaan 90%. Temuan lain adalah pertumbuhan usaha dipengaruhi lokasi usaha dan internasionalisasi kegiatan usaha. Handrimurtjahyo dan Susilo (2007) juga menemukan bahwa usaha dipengaruhi oleh umur usaha dan ukuran usaha. Penelitian Maupa (2004) menemukan hasil bahwa karakteristik individu, karakteristik perusahaan, lingkungan eksternal bisnis, dampak kebijakan sosial ekonomi, dan strategi bisnis secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha kecil di Propinsi Sulawesi Selatan dengan variabel strategi bisnis mempunyai pengaruh yang paling dominan. Penelitian Nugrahani (2011) menyimpulkan bahwa pendidikan, jumlah

tenaga kerja, lama usaha, dan modal kerja berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap pertumbuhan usaha.

Berdasarkan hasil berbagai penelitian sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penentu pertumbuhan usaha pada perusahaan-perusahaan yang masuk dalam Jakarta *Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan yang masuk ke JII dipilih karena dalam pasar modal di Indonesia, *Jakarta Islamic Index* digunakan sebagai tolok ukur untuk mengukur kinerja suatu investasi pada saham dengan basis syariah. Pada penelitian ini pertumbuhan usaha diukur dengan melihat pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba. Penelitian ini penting dilakukan karena dengan adanya identifikasi terhadap faktor-faktor penentu pertumbuhan usaha maka dapat disusun rekomendasi strategi dan kebijakan yang tepat untuk mendorong pertumbuhan usaha.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Ada beberapa kondisi yang diperlukan sebagai syarat pertumbuhan usaha industri kecil menurut Maupa (2004) yaitu, kondisi yang berhubungan dengan manajer atau pemilik perusahaan, kondisi yang berhubungan dengan perusahaan, dan kondisi yang berhubungan dengan lingkungan. Maupa (2004) dan (Zulkarnain, 2009) menyatakan bahwa variabel karakteristik perusahaan wirausaha yang menjadi kunci penentu pertumbuhan perusahaan berskala kecil adalah 1) umur perusahaan, perusahaan yang berumur muda menciptakan lebih banyak ekspansi pekerjaan per perusahaan dibandingkan perusahaan berumur tua; 2) ukuran awal perusahaan, perusahaan yang ukurannya sangat kecil pada saat awal didirikan menambah lebih banyak ekspansi pekerjaan per perusahaan dibandingkan yang ukuran awalnya besar, 3) sektor usaha, perspektif teori perusahaan yang berasal dari sektor yang berbeda akan menghadapi permintaan produk yang berbeda dan menghadapi struktur biaya yang berbeda pada sisi penawaran. Oleh karena itu, perusahaan dalam sektor usaha pengolahan dan jasa mengalami pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan perusahaan pada sektor perdagangan; 4) lokasi perusahaan, perusahaan yang berlokasi di kota kabupaten dan pedesaan tumbuh lebih lambat daripada yang berlokasi di perkotaan; 5) modal manusia, teori ekonomi menyatakan bahwa

peningkatan dalam modal manusia seperti melalui peningkatan dalam pengalaman atau pendidikan dari wirausaha berperan dalam peningkatan pertumbuhan perusahaan; dan 6) kebijakan pemerintah, kebijakan pemerintah berdampak penting pada pertumbuhan karena kebijakan pemerintah dapat membatasi praktik monopoli dan mengatur aktivitas manajer.

Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1:** Ukuran usaha mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha.
- H2:** Umur usaha mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha.
- H3:** Strategi bisnis mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha
- H4:** Internasionalisasi usaha mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang masuk dalam Jakarta *Islamic Index*. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan yang diterbitkan BEI, dokumen-dokumen resmi, buku pustaka, dan artikel-artikel yang berhubungan dengan penelitian. Dalam rencana penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Kriteria penggunaan metode purposive sampling didasarkan pada hal-hal berikut 1) perusahaan yang tiga tahun berturut-turut masuk dalam Jakarta *Islamic Index* dari tahun 2008-2010 dan 2) perusahaan yang mempunyai laporan keuangan lengkap dalam bentuk *annual report*, laporan laba rugi perusahaan, dan neraca.

Pertumbuhan usaha diukur dengan pertumbuhan produksi, pertumbuhan pendapatan, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan laba. Ukuran perusahaan merupakan angka logaritma natural dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Umur usaha diukur dengan menghitung lamanya usaha tersebut berdiri. Strategi bisnis diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu 1 untuk usaha mempunyai strategi differensiasi dan 0 untuk usaha yang mempunyai strategi biaya. Internasionalisasi kegiatan usaha diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu 1 untuk usaha yang semua atau sebagian produknya diekspor dan 0 untuk usaha yang produknya belum ada yang diekspor. Metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y_i = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \hat{\epsilon}$$

Dimana Y_i : pertumbuhan usaha, X_1 : ukuran usaha, X_2 : umur usaha, X_3 : strategi bisnis, X_4 : internasionalisasi kegiatan usaha, b_0 : konstanta, b_1, b_2, b_3, b_4 : koefisien regresi, dan $\hat{\epsilon}$: error.

HASIL PENELITIAN

Hasil identifikasi pada laporan keuangan yang dipublikasikan BEI diperoleh data sebanyak 39 buah. Sedangkan untuk persamaan Y2 data harus melalui *casewise diagnostic* sehingga data yang dapat digunakan sebanyak 38 buah. Hasil analisis regresi untuk persamaan Y1 dapat dilihat pada Tabel 2:

Tabel 1
Hasil Regresi Persamaan Y1

Variabel	B	T	Sig
(Constant)	-.444	-.305	.762
X1	.027	.566	.575
X2	.002	.640	.527
X3	-.282	-2.224	.033*
X4	-.096	-.945	.351

Adj R² = 0,036F = 1,353

Dependent Variable: Y1

Keterangan: * = signifikan pada tingkat 5%

Tabel 1 menunjukkan bahwa hanya satu variabel saja yang berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan yaitu strategi bisnis perusahaan (X3). Variabel tersebut berpengaruh negatif dan signifikan artinya perusahaan yang mengurangi strategi bisnis (*differensiasi*) mengakibatkan pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat. Hasil uji F juga memperlihatkan keempat variabel independen tersebut secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan penjualan. Hasil regresi persamaan Y2 dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Hasil Regresi Persamaan Y2

Variabel	B	t	Sig
(Constant)	5.715	1.222	.230
X1	-.159	-1.045	.303
X2	-.001	-.145	.885
X3	-.519	-1.272	.212
X4	-.106	-.326	.747

Adj R² = -0.023F = 0,789

Dependent Variable: Y2

Tabel 2 menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Hasil uji F juga menunjukkan bahwa secara bersama-sama keempat variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Kolmogorow-Smirnov* untuk persamaan Y1 sebesar 0,546 signifikan pada tingkat 0,927 dan persamaan Y2 mempunyai nilai *Kolmogorow-Smirnov* sebesar 0,994 signifikan pada tingkat 0,276. Kedua hasil uji tersebut mempunyai nilai $p > 0,05$ yang berarti *error* terdistribusi secara normal. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan dua uji yaitu uji *Glejser* untuk persamaan Y2 dan uji *Park* untuk persamaan Y1. Tabel 3 berikut ini menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas untuk persamaan Y1 dan Y2

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai p dari koefisien regresi $> 0,05$ untuk semua variabel independen pada persamaan Y1 dan Y2. Hal ini berarti model bebas dari heteroskedastisitas. Uji autokorelasi dilakukan dengan uji *durbin watson*. Nilai *durbin watson* untuk persamaan Y1 sebesar 2,365 dan Y2 sebesar 2,301 berada pada daerah $du > d > d_{4-du}$ berarti tidak terdapat autokorelasi baik positif maupun negatif. Tabel 4 berikut ini menunjukkan hasil uji multikolinieritas untuk persamaan Y1 dan Y2

Tabel 4 menunjukkan hasil uji multikolinieritas persamaan Y1 dan Y2. Hasil uji ini menunjukkan nilai VIF mendekati 1 untuk semua variabel independen pada persamaan Y1 dan Y2. Hal ini berarti tidak ada multikolinieritas antarvariabel. Di samping itu, juga diperkuat dengan nilai *tolerance* variabel independen $> 0,10$ yang berarti tidak ada korelasi antarvariabel independen yang nilainya lebih dari 95%.

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas Y1 dan Y2

Variabel	Persamaan 1		Persamaan 2	
	Koefisien	Probabilitas	Koefisien	Probabilitas
X1	-.708	.055	-.179	.063
X2	-.008	.728	-.009	.126
X3	-1.259	.196	-.348	.157
X4	.904	.244	.249	.203

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas Y1 dan Y2

Variabel	Persamaan 1		Persamaan 2	
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
X1	.906	1.103	.904	1.106
X2	.797	1.255	.793	1.261
X3	.813	1.230	.805	1.242
X4	.932	1.073	.933	1.071

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama dibangun untuk menjawab pertanyaan apakah ukuran usaha berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha. Hasil pengujian dalam Tabel 2 menunjukkan koefisien X1 mempunyai tanda positif tetapi tidak signifikan terhadap Y1. Sedangkan pada persamaan Y2 koefisien regresi X1 menunjukkan angka negatif dan tidak signifikan. Hasil penelitian berbeda dengan penelitian sebelumnya karena operasionalisasi variabel yang berbeda. Dalam penelitian-penelitian sebelumnya ukuran usaha diukur dengan besarnya jumlah tenaga kerja yang dimiliki sedangkan pada penelitian ini ukuran usaha menggunakan nilai logaritma natural dari total aktiva.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha. Hasil pengujian pada Tabel 1 dan Tabel 2 menunjukkan bahwa umur perusahaan (X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Hal ini dimungkinkan

karena dalam manajemen strategik, pertumbuhan usaha selain dipengaruhi faktor internal perusahaan juga dipengaruhi faktor eksternal yang berada di luar perusahaan, seperti konsumsi penduduk, karakteristik pasar, dukungan kebijakan, biaya produksi tanah dan tenaga kerja, dan tingkat aktivitas perekonomian (Maupa, 2004).

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Hasil pengujian pada Tabel 1 dan Tabel 2 menunjukkan bahwa strategi bisnis (X3) mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap Y1 (pertumbuhan penjualan), sedangkan terhadap Y2 (pertumbuhan laba) pengaruhnya negatif tidak signifikan. Hal ini berarti perusahaan yang mempunyai strategi bisnis diferensiasi akan mengakibatkan pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan labanya akan turun. Hasil ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Maupa (2004) yang menemukan bahwa karakteristik individu, karakteristik perusahaan, lingkungan eksternal bisnis, dampak kebijakan sosial ekonomi dan strategi bisnis secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap pertumbuhan usaha kecil di Propinsi Sulawesi Selatan. Variabel strategi bisnis mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap pertumbuhan usaha kecil di propinsi Sulawesi Selatan.

Strategi bisnis berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan laba dan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan. Hal ini karena keunggulan bersaing perusahaan tidak dapat diperoleh hanya dengan menggunakan salah satu strategi bisnis yaitu strategi diferensiasi. Strategi kombinasi antara strategi diferensiasi dan strategi biaya merupakan strategi yang terbaik untuk mencapai keunggulan bersaing.

Hipotesis keempat menyatakan internasionalisasi usaha berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha. Hasil pengujian pada Tabel 1 dan Tabel 2 menunjukkan bahwa internasionalisasi usaha (X4) mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap Y1 (pertumbuhan penjualan dan Y2 (pertumbuhan laba). Hal ini dimungkinkan karena banyak faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha baik secara internal maupun eksternal. Faktor internal yang mempunyai pengaruh terhadap pertumbuhan usaha antara lain kemampuan untuk memproduksi barang yang berkualitas, total penjualan, harga, modal usaha, desain, kemampuan bersaing dan kemampuan memilih jenis usaha. Sedangkan faktor eksternal antara lain impor yang harus dibatasi, harga bahan baku, ongkos transportasi, jumlah pembeli, teknologi peralatan, daerah pemasaran, dan diversifikasi produk.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar pengujian hipotesis pada penelitian ini, maka disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha, umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha, strategi bisnis mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan penjualan sedangkan pengaruh strategi bisnis terhadap pertumbuhan laba negatif tetapi tidak signifikan, serta internasionalisasi usaha tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

Saran

Beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya adalah 1) penentuan ukuran usaha dalam penelitian ini menggunakan angka logaritma total aktiva dan hasil pengujian membuktikan bahwa variabel ini tidak mempunyai pengaruh terhadap pertumbuhan usaha. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan angka jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan sebagai proksi dari ukuran usaha dan 2) penelitian hanya meneliti perusahaan-perusahaan yang masuk dalam Jakarta *Islamic Index* selama tiga tahun berturut-turut. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel yang lebih besar misalnya perusahaan manufaktur atau perusahaan non keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Handrimurtjahyo, dkk. 2007. "Faktor-faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Industri Kecil: Kasus Pada Industri Gerabah dan Keramik Kasongan Bantul Yogyakarta". *Pararell Session III A : Agricultural and Rural Economy*. Universitas Indonesia.
- Maupa, Haris. 2004. "Faktor-faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Kecil di Sulawesi Selatan". *Analisis*. 1(2).
- Nugrahani, Lailiya Mila. 2011. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi Kasus Pada Debitur Bank BRI Soedirman)". Diunduh dari www.google.com pada tanggal 3 Desember 2011
- Roper, Stephen. 2009. "Modelling Small Business Growth and Profitability". *Small Business Economics*. 13: 235-252.
- Zulkarnain. 2009. "Kompetensi Wirausaha: Pengaruhnya Bagi Pertumbuhan Usaha Kecil dan Hubungannya Dengan Tingkat Pendidikan Formal". *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 7(3).