

# STRATEGI PENGEMBANGAN JEJARING BISNIS KEWIRAUSAHAAN PERDESAAN

Oleh:

Wiwiek Rabiatal Adawiyah<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Economics and Business Faculty, Universitas Jenderal Soedirman

Email : wiwiekra@gmail.com

## ABSTRACT

There is growing attention on the importance of business networks which banks upon alliances value creation potential in rural entrepreneurship. Establishment of solid networks with respect to acquiring the resources needed for business creation is one of the main areas within entrepreneurship research. Despite substantial literature in rural entrepreneurship, there is an absence of studies which report the model of business networks. The purpose of this study is to examine the process of business network development in Banyumas Regency Central Java Indonesia. For each of the 64 small and medium business entrepreneurs, data were collected using a questionnaire and an interview. In completing the questionnaire, the entrepreneurs were asked to fill out personal identity, followed by a series of multiple-choice questions. For the responses from the interviews, narrative *structuring is used to create a coherent story of the entrepreneurs' experience* of business networks. The study presents data characterizing the entrepreneurs, their experience in business networks. The result of the study is multiple perspectives on the purpose, process, benefits and challenges of developing a business network, and the impact of participation in a formal business network. The study offers insights into the development of small business networks by rural entrepreneurs.

**Keywords:** rural entrepreneurship, business networks, small business

## PENDAHULUAN

Perhatian pemerintah terhadap usaha kecil dan menengah terus meningkat. Hal ini berdampak pada munculnya berbagai kebijakan yang mempengaruhi setiap unsur lingkungan kewirausahaan. Penciptaan lapangan kerja berkelanjutan mensyaratkan bahwa usaha kecil menengah yang berdomisili di wilayah pedesaan membutuhkan lingkungan bisnis yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan dan memproduksi produk dan layanan baru yang inovatif. Oleh karena itu para pengusaha membutuhkan dukungan untuk seluruh siklus bisnis

mereka dan dalam semua kegiatan mereka. Salah satu bentuk dukungan penting bagi usaha kecil termasuk penyediaan inkubasi bisnis dan akses ke jaringan bisnis formal (Allen dan Rahman, 1985; Dubini dan Aldrich, 1991; Atherton dan Hannon, 2006; Stephens dan Onofrei, 2012). Keberhasilan usaha kecil dan menengah akan menjadi elemen sentral untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional serta penciptaan lapangan pekerjaan baru. Struktur dan strategi baru sedang dieksplorasi yang akan membantu pengusaha untuk mengembangkan ide bisnis mereka dan untuk meningkatkan penjualan dan penyediaan layanan. Forfás (2006) menemukan bahwa pengusaha berbagi latar belakang umum, bisnis dan pribadi.

Hingga saat literatur tentang kewirausahaan lebih banyak membahas tentang pentingnya faktor seperti karakteristik, pribadi dan komitmen pengusaha dalam membantu pengusaha kecil dalam mengatasi hambatan dan kesulitan saat menjalankan usaha. Foss (2010, p. 84) menjelaskan bahwa untuk hampir dua dekade, pentingnya keberadaan jejaring bisnis untuk memperoleh sumber daya untuk menjalankan usaha telah menjadi salah satu bidang utama dalam penelitian kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kegiatan jaringan bisnis pengusaha kecil dan menengah di Kabupaten Banyumas. Untuk setiap pengusaha, data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sederhana dan wawancara. Hasilnya berupa data yang mencirikan pengusaha, enabler dan disablers untuk pengembangan jaringan bisnis mereka.

### **KEWIRAUSAHAAN PERDESAAN**

Kewirausahaan pedesaan dapat dilihat sebagai kegiatan kewirausahaan yang terjadi di daerah pedesaan. Menurut literatur strategi kewirausahaan (Scendel dan Hitt, 2007; Shane dan Venkataraman, 2000), tindakan kewirausahaan memerlukan sumber daya baru atau menggabungkan sumber daya yang ada dengan cara-cara baru untuk mengembangkan dan mengkomersialkan produk baru dan layanan pelanggan di pasar. Zampetakis dan Moustakis (2007) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah proses perubahan, munculnya, penciptaan, dan perumusan nilai baru baik di tingkat individu, organisasi dan masyarakat. Ini berarti bahwa kewirausahaan memiliki makna yang jauh lebih luas jika dibandingkan dengan pemaknaan yang saat ini banyak disarankan oleh peneliti. Misalnya, Stathopoulou et al. (2004), berpendapat bahwa proses kewirausahaan di pedesaan tidak berbeda dengan yang ditemukan di perkotaan. Kewirausahaan dalam konteks pedesaan, menghadapi tantangan yang unik terutama dari perspektif spasial (Arenius dan Clercq, 2005; Scott, 2006). Secara khusus, daerah pedesaan jauh dari pengendalian pusat ekonomi yang membentuk dan mengendalikan sumberdaya. Selain jarak geografis dan konsekuensi negatif lainnya seperti peningkatan biaya dan waktu perjalanan, pengusaha pedesaan yang jauh dari para ahli, lembaga, organisasi, dan jaringan yang merupakan pelaku utama yang terlibat dalam suatu

perekonomian. Berbagai tantangan yang dihadapi oleh pengusaha di wilayah pedesaan berpengaruh terhadap mutu hasil usaha yang kerap menyediakan layanan nilai rendah, tetap kecil, dan memiliki sedikit harapan untuk perubahan (Meccheri dan Pelloni, 2006). Kondisi ini dapat dijelaskan dari fakta tentang perbedaan antara kewirausahaan berbasis peluang dan kewirausahaan berbasis kebutuhan. Kewirausahaan berbasis peluang merujuk kepada para pengusaha yang memulai usaha mereka dengan mengambil peluang berwirausaha sementara kewirausahaan berbasis kebutuhan merupakan para pengusaha yang dipaksa berwirausaha karena tidak mempunyai kesempatan bekerja di sektor lain atau merasa tidak cocok bekerja di tempat lain (Reynold, 2005). Dengan kata lain tidak semua pengusaha memanfaatkan peluang usaha dengan alasan yang sama.

### **PENGUSAHA DAN JEJARING BISNIS**

Meskipun penelitian sebelumnya mengakui bahwa proses kewirausahaan bersifat regional dan merupakan kegiatan perifer, bukti empiris mengenai faktor-faktor personal dan kontekstual yang mempengaruhi bisnis start-up karena identifikasi peluang usaha dalam konteks pedesaan masih terbatas. Oleh karena itu perlu dibuktikan kembali apakah teori kewirausahaan dapat digunakan untuk membangun kewirausahaan dalam konteks pedesaan. Berglund dan Johansson (2007, p. 78) mengusulkan bahwa ada semacam kesalahan asumsi yang melekat pada konsep kewirausahaan. Black et al. (2010) melaporkan penelitian terdahulu lebih banyak fokus kepada kepribadian pengusaha berharap untuk membuktikan bahwa pengusaha secara intrinsik berbeda dari yang orang lain. DeNoble et al. (1999) meneliti isu-isu penting yang dihadapi oleh pengusaha selama start-up dan pengembangan awal perusahaan mereka dengan tujuan mengidentifikasi keterampilan dan kemampuan khusus pengusaha. Namun, upaya terus menerus untuk mendefinisikan pengusaha telah terbukti menjadi misi mustahil, dengan pengusaha terus muncul dalam samaran yang berbeda (Berglund dan Johansson, 2007). Disisi lain beberapa peneliti telah berusaha mengelompokkan faktor yang menjadi penyebab keberhasilan dan kegagalan pengusaha (Stephens, 2013). Kloosterman dan Rath (2001, p. 190) melaporkan bahwa banyak peneliti telah mengkaji kecenderungan perbedaan kemampuan berwirausaha antar kelompok etnis yang berbeda.

Salah satu faktor penentu keberhasilan dalam berwirausaha adalah adanya akses ke jaringan sosial (Zampetakis dan Kanelakis, 2010). Castells (2010, p. 500) menjelaskan bahwa aktivitas manusia semakin terorganisir di sekitar jaringan. Jaringan merupakan morfologi sosial baru dari masyarakat kita, dan difusi logika jaringan secara substansial memodifikasi operasi dan hasil dalam proses produksi, pengalaman, kekuatan dan budaya. Foley (2008) mengusulkan bahwa jaringan sosial dapat memiliki pengaruh yang kuat pada aktivitas kewirausahaan karena

pengusaha yang tertanam dalam konteks sosial yang mempengaruhi keputusan mereka. Studi kegiatan jejaring sosial pengusaha imigran sering memiliki tujuan menjelajahi integrasi ke budaya baru (Greve dan Salaff, 2003; Kloosterman dan Rath, 2001; Kristiansen, 2004). Baker et al. (1997) melaporkan bahwa penelitian tentang jaringan bisnis pengusaha sebagian besar dibatasi untuk snapshot pada satu tahap usaha tertentu dan tidak mempertimbangkan sifat dinamis dari jaringan bisnis di seluruh Proses kewirausahaan. Dewasa ini penelitian tentang dampak keberadaan jejaring bisnis terhadap pengusaha di wilayah Indonesia masih terbatas. Oleh karena itu penelitian ini fokus kepada proses pengembangan jaringan bisnis oleh pengusaha kecil di wilayah pedesaan dengan menjawab beberapa pertanyaan antara lain: siapakah yang berpartisipasi aktif dalam membangun jaringan bisnis bagi usaha kecil di wilayah kabupaten Banyumas; Bagaimanakah bentuk layanan yang diberikan oleh jejaring bisnis kepada pengusaha kecil di pedesaan; dan ketiga bagaimana model pengembangan jejaring bisnis di wilayah pedesaan.

Meskipun para pengusaha memiliki pengetahuan yang sangat banyak tentang pasar, Allen dan Rahman (1985) kebanyakan para pengusaha tersebut tidak memiliki ketrampilan bisnis yang cukup. Sebagai akibatnya para pengusaha cenderung mencari bantuan terkait aspek fungsional dari usaha mereka dan beberapa aspek teknis yang mereka anggap masih sangat kurang dikuasai. Sebenarnya para pengusaha tersebut menghadapi tantangan lain yang tidak mereka sadari. Granovetter (1983, p. 201) menyatakan bahwa individu yang baru menjalankan usahanya beberapa minggu akan kekurangan informasi karena belum masuk ke dalam sistem jaringan formal. Keberadaan di luar system formal menyebabkan para pengusaha terisolasi dari ide dan tren terkini yang merugikan posisi mereka di pasar. Para pengusaha akan ketinggalan informasi tentang pemasok, regulator, pelanggan, sumber dana dan peluang untuk berkembang yang tidak mungkin di akses jika tidak bergabung dengan jaringan bisnis formal. Jaringan bisnis formal adalah jaringan bisnis yang di fasilitasi oleh kumpulan pengguna, perguruan tinggi, dan agen pemerintah. Jaringan ini memiliki system komunikasi yang mapan, melakukan pertemuan secara rutin serta memiliki akses terhadap dana untuk pelatihan dan workshop untuk pengembangan usaha.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini sejalan dengan Foley (2008) serta Stephens dan Coyle (2010), metode snowball sampling digunakan untuk mengidentifikasi 64 pengusaha batik di wilayah pedesaan di Kabupaten Banyumas. Sejalan dengan pendekatan yang digunakan oleh Klyver dan Terjesen (2007), pengusaha dikategorikan menurut beberapa kriteria yang berbeda seperti jenis kelamin, lama usaha dan besarnya pendapatan kotor pertahun. Empatpuluh dua dari pengusaha adalah anggota jaringan bisnis formal, sisanya memiliki jaringan bisnis tidak formal. Untuk masing-masing responden, data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Data karakteristik

peserta, pengalaman mereka dalam jaringan, dan enabler dan disablers untuk pengembangan jaringan bisnis mereka dikumpulkan. Ottesen et al. (2004) dan McGrath et al. (2006) menemukan bahwa pengetahuan pengusaha tentang jaringan sosial dan bisnis mereka seringkali tidak akurat. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, pengusaha memulai kuesioner dengan menyelesaikan audit jaringan. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan gambaran yang akurat dari jaringan bisnis mereka. Mereka kemudian diminta untuk menyelesaikan serangkaian pertanyaan pilihan ganda. Pertanyaan-pertanyaan ini berkaitan dengan: alasan untuk mengembangkan jaringan bisnis; layanan yang diterima dari jaringan bisnis; pemahaman tentang jaringan bisnis formal; dan akhirnya, manfaat dari jaringan bisnis. Mengingat ukuran sampel yang kecil dan sifat penelitian ini yang eksploratif, peneliti menggunakan metode seperti yang diusulkan oleh Carrington et al. (2005), Wasserman dan Faust (1994) dan Klyverdan Terjesen (2007). Para pengusaha diminta untuk membuat daftar orang yang bekerja di bagian jaringan bisnis mereka. Para pengusaha diminta untuk mengidentifikasi berbagai macam orang, termasuk: pemerintah desa, pejabat kabupaten, anggota lokal badan pembangunan, akuntan, konsultan, akademisi, desain grafis, manajer bank, anggota kamar dagang dan industri lokal, anggota kepolisian, anggota keluarga, mantan kolega dan bisnis.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh responden yang memiliki jaringan formal diminta untuk mengkalifikasikan jenis jaringan mereka berdasarkan jenis jaringan, durasi hubungan, model komunikasi, dan jenis kelamin. Rincian dapat dilihat pada Tabel 1 berikut

Tabel 1 Rincian jaringan yang dimiliki oleh responden

Jenis jaringan (n=64)	Sosial	Pelanggan	Konsultan	Pemerintah	Pengusaha
Lama bergabung (n=64)	< 1 tahun 4	1-2 tahun 9	3-5 tahun 27	5-10 tahun 15	>10 tahun 9
Komunikasi (n=64)	Terjadwal 39	insidental 25			
Jenis Kelamin (n=64)	Laki-laki 49	Perempuan 15			

Dari 64 responden yang memiliki jaringan, delapan belas merupakan jaringan sosial dengan media facebook dan twitter, duabelas pengusaha memiliki jaringan dengan pelanggan, Sembilan pengusaha memiliki jaringan dengan konsultan keuangan, duabelas pengusaha memiliki jaringan resmi dibawah naungan pemerintah dan tigabelas orang memiliki jaringan yang dibentuk sendiri dengan pengusaha dari industri yang sejenis. Sementara itu mayoritas pengusaha

sudah menjadi anggota jaringan selama lebih dari tiga tahun berjumlah empat puluh dua orang dan hanya empat orang yang baru memiliki jaringan. Sebagian besar memiliki komunikasi terjadwal secara berkala sisanya komunikasi bersifat incidental. Mayoritas responden yang memiliki jaringan bisnis formal berjenis kelamin laki-laki yaitu empat puluh sembilan orang dan sisanya berjenis kelamin perempuan.

Siapa saja yang menjadi anggota jejaring usaha kecil menengah di wilayah perdesaan? Anggota jejaring bisnis UKM yang berada di wilayah perdesaan kabupaten Banyumas memiliki latar belakang dan peran yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa jenis bantuan, nasehat dan dukungan yang dibutuhkan oleh UMKM cukup banyak dalam menjalankan usahanya dan juga membantu pertumbuhan usahanya di masa yang akan datang. Anggota jaringan mereka terdiri dari perwakilan pemerintah desa dan kabupaten, akademisi, konsultan, desain grafis, perwakilan bank, teman sekolah, anggota kamar dagang dan industry, anggota polisi, dan beberapa pesaing di industry yang sejenis. Sementara bentuk jasa yang digunakan oleh pengusaha dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2 Jenis jasa yang diterima UKM sebagai anggota jejaring bisnis

No	Jenis Jasa	Jumlah
1	Pembukuan	24
2	Pembuatan website	12
3	Jejaring sosial	37
4	Pemanfaatan teknologi	15
5	Rekrutmen pegawai	12
6	Konsultasi hukum	5
7	Promosi	17

Model pengembangan bisnis yang dilakukan oleh para pengusaha kecil di wilayah perdesaan kabupaten Banyumas menggunakan tiga pendekatan yaitu berkelompok dengan pengrajin sejenis, misalnya bergabung dengan paguyuban pengrajin batik, pengrajin batok kelapa, pengrajin makanan ringan. Setelah bergabung dengan paguyuban pengrajin, para pengusaha ini akan mempelajari tentang cara mendapatkan bahan baku, teknik produksi dan pemasaran produk. Bagi pengrajin yang berasal dari wilayah yang belum memiliki paguyuban, memulai usaha dengan bekerja pada pengusaha di bidang yang hendak ditekuninya. Setelah merasa memiliki cukup bekal, pengusaha tersebut baru memulai usaha di wilayahnya sendiri. Cara ketiga dengan mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh instansi terkait ataupun lembaga swadaya masyarakat yang menawarkan berbagai program pelatihan berwirausaha bagi masyarakat di wilayah perdesaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu tentang jejaring bisnis yang dilakukan oleh Andersson et al (2009). Para responden penelitian ini

merasakan dampak positif dari jejaring bisnis terhadap keberlangsungan usaha mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Davidsson dan Honig (2003), yang menganjurkan para pengusaha untuk membangun jaringan bisnis internal maupun eksternal. Untuk memahami dengan baik hubungan antara penelitian dan praktek, perlu ditingkatkan lagi penelitian tentang kewirausahaan perdesaan mengingat hasil penelitian tersebut sangat bermanfaat bagi pengambil keputusan dan praktisi bisnis (Bensimon et al, 2004).

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini berhasil menjawab tiga pertanyaan terkait pengembangan jejaring bisnis bagi para pengusaha kecil menengah di wilayah perdesaan tentang siapakah aktor yang berperan dalam jejaring bisnis di wilayah perdesaan, bagaimanakah bentuk layanan yang diberikan oleh jejaring bisnis kepada pengusaha kecil di pedesaan dan model pengembangan jejaring bisnis di wilayah pedesaan.

Penelitian ini merekomendasi hal-hal berikut: satu, perlunya dikembangkan jejaring bisnis bagi pengusaha di wilayah perdesaan untuk mempercepat pertumbuhan usaha kecil menengah di wilayah kabupaten Banyumas; kedua para akademisi dengan program inkubasi bisnisnya perlu menysasar pengusaha kecil di wilayah perdesaa; ketiga, para pengusaha di wilayah perdesaan perlu mendaftarkan diri sebagai anggota jejaring bisnis formal sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha mereka. Melalui program tersebut diharapkan para pengusaha kecil di wilayah perdesaan mampu membangkitkan usaha mereka ke level yang lebih tinggi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Allen, D. and Rahman, S. (1985), "Business incubators: assessing their role in enterprise development", *Economic Development Commentary*, Vol.9 No.4, pp.12-21
- Arenius, P. and Clercq, D.D. (2005), "A network-based approach on opportunity recognition", *Small Business Economics*, Vol. 24, pp. 249-65.
- Atherton, A. and Hannon, P. (2006), "Localised strategies for supporting incubation", *Journal of Small Business Enterprise Development*, Vol. 13 No. 1, pp. 48-61
- Baker, T., Howard, E. and Liou, N. (1997), "Invisible entrepreneurs: the neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the USA", *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 9 No. 3, pp. 221-238.
- Berglund, K. and Johansson, A. (2007), "Constructions of entrepreneurship: a discourse analysis

- of academic publications”, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 1 No. 1, pp. 77-102
- Black, E., Burton, F., Wood, D. and Zimbelman, A. (2010), “Entrepreneurial success: differing perceptions of entrepreneurs and venture capitalists”, *Entrepreneurship and Innovation*, Vol. 11 No. 3, pp. 189-198.
- Castells, M. (2010), *The Rise of the Network Society*, Wiley-Blackwell, Chichester.
- Carrington, P., Scott, J. and Wasserman, S. (2005), *Models and Methods in Social Network Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.
- DeNoble, A., Jung, D. and Ehrlich, S. (1999), “Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action”, in Reynolds, R., Bygrave, W., Manigart, S., Mason, C., Meyer, G., Sapienza, H. and Shaver, K. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurial Research*, P&R Publications, Waltham, MA.
- Dubini, P. and Aldrich, H. (1991), “Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 6 No. 1, pp. 305-313
- Foley, D. (2008), “Does culture and social capital impact on the networking attributes of indigenous entrepreneurs?”, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 2 No. 3, pp. 204-224.
- Forfás (2006), *Entrepreneurship in Ireland*, available at: [www.forfas.ie/media/noc021101\\_entrepreneurship\\_in\\_ireland.pdf](http://www.forfas.ie/media/noc021101_entrepreneurship_in_ireland.pdf) (accessed 12 January 2012).
- Foss, L. (2010), “Research on entrepreneur networks: the case for a constructionist feminist theory perspective”, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 2 No. 1, pp. 83-102.
- Greve, A. and Salaff, J. (2003), “Social networks and entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 28 No. 1, pp. 1-22.
- Kloosterman, R. and Rath, J. (2001), “Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored”, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, Vol. 27 No. 2, pp. 189-202.



- Klyver, K. and Terjesen, S. (2007), "Entrepreneurial network composition: an analysis across venture development stage and gender", *Women in Management Review*, Vol. 22 No. 8, pp. 682-688.
- Kristiansen, S. (2004), "Social networks and business success: the role of subcultures in an African context", *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 63 No. 5, pp. 1149-1171.
- McGrath, C., Pate, L., Gray, E. and Vance, C. (2006), "Getting wired for innovation: an analysis of the advice networks of software entrepreneurs", *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 14 No. 4, pp. 317-330.
- Meccheri, N. and Pelloni, G. (2006), "Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy", *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 18 No. 5, pp. 371-92.
- Ottesen, G., Foss, L. and Gronhaug, K. (2004), "Exploring the accuracy of SME managers' network perceptions", *European Journal of Marketing*, Vol. 38 Nos 5/6, pp. 593-607.
- Reynolds, P. (2005), "The global entrepreneurship monitor: implications for Europe",  
in Audretsch, D., Grimm, H. and Wessne, C. (Eds), *Local Heroes in the Global Village: Globalization and New Entrepreneurship Policies*, Ch. 9, Kluwer Academic, Dordrecht.
- Scendel, D. and Hitt, M.A. (2007), "Comments from the editors: introduction to Volume 1", *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol 1 No. 1, pp. 1-6
- Scott, A.J. (2006), "Entrepreneurship, innovation and industrial development: geography and the creative field revisited", *Small Business Economics*, Vol. 26, pp. 1-24.
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research",  
*Academy of Management Review*, Vol. 25, pp. 217-26.
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. and Skuras, D. (2004), "Rural entrepreneurship in Europe: a research framework and agenda", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 10 No. 6, pp. 404-25.

- Stephens, S. (2013), ‘Building an entrepreneurial network: the experiences of immigrant entrepreneurs’, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 7 No. 3, 2013 pp. 233-244
- Stephens, S. and Coyle, S. (2010), “The role of business networks in the activities of female entrepreneurs”, *Proceedings of the International Conference on Networks, Learning and Entrepreneurship*, 15-16 September, Aberystwyth University, Aberystwyth.
- Stephens, S. and Onofrei, G. (2012), ‘Business incubation outcomes: an Irish case study’, *International Journal of Entrepreneurship & Innovation*, Vol. 13 No. 4, pp. 271-281
- Wasserman, S. and Faust, K. (1994), *Social Network Analysis: Methods and Applications*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Zampetakis, L.A. and Kanelakis, G. (2010), ‘Opportunity entrepreneurship in the rural sector: evidence from Greece’, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* Vol. 12 No. 2, 2010 pp. 122-142
- Zampetakis, L.A. and Moustakis, V. (2007), “Entrepreneurial behaviour in the Greek public sector”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 13 No. 1, pp. 19-38.