

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 *Entrepreneurship*

#### 2.1.1 Pengertian *Entrepreneurship*

Menurut Schumpeter (1934) dalam Carsrud dan Brannback (2007), definisi kewirausahaan adalah inovasi. Pengusaha atau *entrepreneur* adalah pengusaha yang membawa kombinasi baru.

Menurut Scarborough dan Cornwall (2015, p. 13), seorang *entrepreneur* adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang dan merakit sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan kesempatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang membuka bisnis baru demi menghadapi resiko dan ketidakpastian. Sehingga seorang *entrepreneur* memiliki bisnisnya sendiri sehingga ia adalah pemilik dari suatu usaha bisnis yang diciptakannya.

Menurut Schumpeter (1949) dalam Iversen, Jorgensen dan Malchow-Moller (2008:6), *entrepreneur* adalah *innovator* yang membawa 5 tugas yaitu:

1. Menciptakan produk baru atau kualitas baru
2. Menciptakan metod produksi baru
3. Membuka pasar yang baru
4. Menangkap sumber pasokan baru
5. Membentuk organisasi atau industri yang baru

Menurut Kuratko (2012), *entrepreneurship* adalah lebih dari sekedar penciptaan bisnis, tetapi lebih menonjolkan karakteristik wirausahawan atau pengusaha saat mencari sebuah peluang, pengambilan resiko dan memiliki kegigihan untuk mendorong ide ke realitas dengan menggabungkan perpektif khusus yang diresapi oleh pengusaha.

### 2.1.2 Karakteristik Wirausaha

Menurut Scarborough dan Cornwall (2015), seorang wirausahawan memiliki karakteristik yang melekat yang membedakannya dengan profesi lainnya, yaitu :

1. *Desire and willingness to take initiative*

Pengusaha memiliki rasa tanggung jawab pribadi dari usaha yang pengusaha mulai. Pengusaha lebih memilih untuk mengendalikan sumber daya pengusaha dan menggunakan sumber daya pengusaha untuk mencapai tujuan yang pengusaha tentukan. Pengusaha bersedia untuk maju dan membangun bisnis berdasarkan ide-ide kreatif pengusaha.

2. *Preference for moderate risk*

Pengusaha bukanlah pengambil resiko liar tetapi sebaliknya pengusaha menghitung pengambilan resiko. Tidak seperti “putaran cepat, perahu sungai ketidakpastian penjudi”, pengusaha jarang berjudi. Pengusaha sering memiliki persepsi yang berbeda mengenai resiko yang terlibat dalam situasi bisnis. Tujuan yang ingin dicapai mungkin terlihat terlalu tinggi –bahkan mustahil- dari perspektif lain, tetapi pengusaha biasanya berpikir berdasarkan situasi dan mempercayai bahwa tujuan tersebut adalah hal yang wajar dan dapat dicapai.

3. *Confidence in their ability to succeed*

Pengusaha biasanya memiliki kepercayaan diri yang banyak dengan kemampuan pengusaha untuk dapat sukses, dan pengusaha cenderung optimis mengenai peluang pengusaha mengenai kesuksesan bisnis. Pengusaha menghadapi banyak hambatan ketika memulai dan menjalankan perusahaan pengusaha, dan dengan dosis yang tepat optimism dapat menjadi komponen penting dalam keberhasilan tertinggi pengusaha. “pengusaha percaya bahwa pengusaha tersebut dapat melakukan apapun,” kata salah satu peneliti.

4. *Self-reliance*

Pengusaha tidak menghindar dari tanggung jawab untuk membuat bisnisnya berhasil. Karena itu banyak pengusaha bertahan dalam membangun bisnisnya,

bahkan ketika orang lain mengejek ide-ide pengusaha tersebut sebagai kebodohan.

5. *Perseverance*

Ketika hal-hal tidak berjalan seperti yang oleh pengusaha rencanakan, pengusaha tidak menyerah. Pengusaha hanya terus berusaha. Pengusaha mengikuti saran yang terkandung dalam peribahasa Jepang, “jatuh tujuh kali, berdiri delapan kali”

6. *Desire for immediate feedback*

Pengusaha suka untuk mengetahui bagaimana pengusaha tersebut kerjakan dan dengan konstan melihat untuk penguatan.

7. *High level of energy*

Pengusaha lebih berenergi dari kebanyakan rata-rata orang. Energi dapat menjadi faktor penting mengingat upaya luar biasa yang diperlukan untuk memulai permulaan dari suatu perusahaan baru. Waktu berjam-jam dan kerja keras merupakan sebuah aturan bukan pengecualian. Membangun bisnis yang sukses membutuhkan stamina dan dedikasi yang tinggi.

8. *Competitiveness*

Pengusaha cenderung menunjukkan perilaku yang kompetitif, serta sering ditunjukkan pada saat awal dalam kehidupan. Pengusaha menikmati permainan yang kompetitif dan olahraga serta selalu ingin menyimpannya.

9. *Future orientation*

Pengusaha cenderung memiliki mimpi yang besar dan menformulasikan rencana untuk mengubah mimpi – mimpi tersebut menjadi kenyataan. Pengusaha memiliki pendefinisian yang baik untuk pencarian kesempatan. Pengusaha melihat ke depan dan kurang memperdulikan dengan apa yang telah dicapai pada hari ini daripada apa yang dapat pengusaha lakukan besok.

10. *Skill at organizing*

Membangun sebuah perusahaan “dari awal” adalah seperti menyusun puzzle raksasa. Seorang wirausaha mengetahui bagaimana menempatkan orang dan sumber daya yang tepat bersama untuk menyelesaikan tugas. Secara efektif

menggabungkan bakat dan sumber daya memungkinkan seorang *entrepreneur* untuk membawa visi pengusaha ke realitas.

11. *Value of achievement over money*

Salah satu kesalahpahaman yang paling umum tentang *entrepreneurs* adalah bahwa pengusaha didorong sepenuhnya oleh keinginan untuk membuat uang. Sebaliknya, prestasi merupakan salah satu kekuatan motivasi utama di balik pengusaha; uang hanyalah sebuah cara untuk menjaga nilai prestasi (symbol prestasi).

12. *High degree of commitment*

Meluncurkan sebuah perusahaan membutuhkan totalitas komitmen dari pengusaha. Pendiri bisnis sering membenamkan diri sepenuhnya dalam bisnis pengusaha. Komitmen tersebut dapat membantu untuk mengatasi bisnis dari terancam kesalahan, hambatan dan pesimisme dari penentang. Komitmen pengusaha untuk ide-ide pengusaha menentukan seberapa sukses usaha perusahaan dan pada akhirnya akan menjadi seperti apa.

13. *Tolerance for ambiguity*

Pengusaha cenderung untuk memiliki toleransi yang tinggi untuk situasi yang ambigu atau yang selalu berubah (lingkungan dimana pengusaha paling sering beroperasi). Kemampuan untuk menangani ketidakpastian merupakan hal yang sangat penting karena pembangun bisnis akan terus-menerus dituntut untuk membuat keputusan baru dan terkadang keputusan itu bertentangan dengan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber asing.

14. *Flexibility*

Salah satu ciri dari wirausahawan sejati adalah kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pelanggan dan bisnis. Dalam ekonomi global perubahan menjadi salah satu hal yang sangat paling cepat berubah, apabila pengusaha tidak mudah beradaptasi maka sikap tersebut akan menjadi sumber dari kegagalan. Oleh karena itu pengusaha harus bersedia untuk beradaptasi untuk memenuhi perubahan – perubahan tersebut.

### 15. *Tenacity*

Hambatan dan kekalahan bukanlah menjadi halangan bagi pengusaha untuk menyerah mengejar visinya. Para wirausahawan harus terus berusaha untuk terus mengejar visi pengusaha.

### 2.1.3 Kepribadian Wirausaha

Menurut Katz dan Green (2009) ada lima kepribadian yang paling khas dari seorang wirausaha antara lain :

#### 1. *Idea person*

*Idea person* merupakan pekerja keras dan terisolasi sosial tetapi pengusaha tersebut tetap mencari orang lain untuk dapat bekerja sama. Para *idea person* tidak terlalu didorong oleh kekayaan yang besar tetapi mereka didorong dengan memiliki ide besar yang ingin dicapai, dan para *idea person* dapat menjadi pengambil resiko besar dan pembelajar ketika mencoba membuat ide tersebut menjadi terealisasi.

#### 2. *Small business owner*

*Small business owner* mirip dengan *classic entrepreneur* dalam hal pekerja keras, terkadang penyendiri dan terisolasi sosial. Tetapi *small business owner* tidak sama dengan *classic entrepreneur* dalam hal pengambil resiko, *small business* enggan mengambil resiko yang menyebabkan *small business owner* akan lebih lama untuk mengambil keputusan dan belajar daripada *classic entrepreneur*. *Small business owner* melihat untuk menghasilkan pendapatan hidup bukan untuk membangun kekayaan.

#### 3. *Contemporary classic entrepreneur*

Pekerja keras, mandiri, terhubung sosial, cepat belajar, pencari kekayaan, manajer resiko

#### 4. *Salesperson entrepreneur*

Sama dengan semua jenis *entrepreneur*, *salesperson entrepreneur* juga merupakan pekerja keras dan sangat didorong oleh sosial. Tipe *sales*

membangun dan mempertahankan jaringan yang luas di dalam dan di luar perusahaan. *Sales entrepreneur* menggunakan jaringannya untuk meminimalkan resiko dan *sales entrepreneur* lebih peduli dengan status sosial dan penerimaan daripada kekayaan pribadi.

#### 5. *Managerial entrepreneur*

*Managerial entrepreneur* sangat bersosial dan terhubung. *Managerial entrepreneur* merasa nyaman dengan orang – orang dan kekuasaan, dan tertarik dalam menciptakan kekayaan. Namun, *managerial entrepreneur* sering menolak resiko dan lebih membangun kekayaan melalui perencanaan yang matang dan tindakan. *Managerial entrepreneur* sering belajar tetapi lambat dalam tindakan.

Pada tabel 2.1, terlihat perkembangan kepribadian wirausahawan yang menonjol pada setiap eranya. Pada era 1700 sampai 1950, kepribadian wirausahawan yang menonjol dalam *original classic entrepreneur* adalah penyendiri, terisolasi sosial dan pengambil resiko. Pada era 1960 – 1980 terjadi perkembangan kepribadian wirausahawan dari *original classic entrepreneur* menjadi *idea person* dimana terlihat adanya perkembangan dari yang sebelumnya tipe kepribadiannya penyendiri berkembang menjadi wirausahawan yang dapat menerima orang lain untuk bekerja sama serta tujuannya berubah menjadi pencari reputasi (*fame seeker*).

Setelah *idea person*, muncullah tipe kepribadian yang baru yaitu *small business owner*. Dalam tipe *small business owner* ini, muncul kembali kepribadian penyendiri. Selain itu, kepribadian yang mencolok dalam *small business entrepreneur* adalah kecepatan belajarnya menjadi rata-rata dibandingkan dalam tipe *idea person* yang lebih cepat untuk belajar, selain itu tujuannya juga berubah bukan untuk mencari kekayaan melainkan hanya untuk pendapatan yang secukupnya, dan tipe *small business entrepreneur* menjadi pribadi yang menolak resiko berbeda dengan tipe *original classic entrepreneur* dan *idea person* yang pengambil resiko.

Tipe selanjutnya yang berkembang setelah *small business entrepreneur* adalah *contemporary classic entrepreneur*. Dalam tipe *contemporary classic entrepreneur*, kepribadian yang mencolok yang membedakannya dengan tipe – tipe kepribadian sebelumnya adalah semakin terbuka dengan lingkungan sosial dan lebih manajemen resiko yang akan diambil. Pada era 1980 sampai sekarang, tipe yang pertama muncul pada era ini adalah tipe kepribadian *salesperson entrepreneur*, dimana dalam tipe kepribadian ini, pribadi yang menonjol adalah para wirausahawan bekerja dalam bentuk tim padahal pada era-era sebelumnya wirausahawan lebih individu. Selain itu wirausahawan dengan tipe *salesperson entrepreneur* cepat belajar dalam hal sosial tetapi tidak terlalu cepat dalam belajar mengenai teknologi serta berbeda dengan era-era sebelumnya, tujuan dari *salesperson entrepreneur* adalah mencari penerimaan. Tipe kepribadian yang terakhir muncul pada era 1800 sampai sekarang adalah *managerial entrepreneur* yang memiliki perbedaan dengan tipe *salesperson entrepreneur* dalam hal tujuan yang lebih mencari kekayaan dan menolak resiko.

Dari penjelasan sebelumnya dapat ditemukan persamaan yang menonjol pada setiap kepribadian *entrepreneur* dari waktu ke waktu yaitu seorang *entrepreneur* merupakan individu yang pekerja keras (*hard worker*). Sedangkan perbedaan tipe *entrepreneur* dalam kepribadiaannya adalah semakin berjalannya waktu, seorang *entrepreneur* semakin terbuka dengan sosial dimana pada saat sekarang relasi dan hubungan akan membantu dalam bisnis, selain itu semakin lama penolakan terhadap resiko semakin besar, *entrepreneur* disaat sekarang lebih mengutamakan perencanaan yang matang yang dapat digunakan untuk mengindar dari resiko.

Tabel 2.1 Today's Five Most Typical Types of Entrepreneurial Personalities

1700s -1950s	1960s – 1980s			1980s - Today	
<p><b>Original Classic Entrepreneur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hard worker</li> <li>• Loner</li> <li>• Socially Isolated</li> <li>• Fast Learner</li> <li>• Wealth seeker</li> <li>• Risk Taker</li> </ul>	<p><b>Idea Person</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hard worker</li> <li>• Loner (but could team up)</li> <li>• Socially isolated</li> <li>• Fast learner</li> <li>• Fame seeker</li> <li>• Risk taker</li> </ul>	<p><b>Small Business Owner</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hard worker</li> <li>• Loner</li> <li>• Socially isolated</li> <li>• Average learner</li> <li>• Average income seeker</li> <li>• Risk averse</li> </ul>	<p><b>Contemporary Classic Entrepreneur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hard worker</li> <li>• Self-sufficient</li> <li>• Socially connected</li> <li>• Fast learner</li> <li>• Wealth seeker</li> <li>• Risk manager</li> </ul>	<p><b>Salesperson Entrepreneur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hard worker</li> <li>• Team player</li> <li>• Socially connected</li> <li>• Fast learner (socially)</li> <li>• Average learner (technologically)</li> <li>• Acceptance seeker</li> <li>• Risk manager</li> </ul>	<p><b>Managerial Entrepreneur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hard worker</li> <li>• Team player</li> <li>• Socially connected</li> <li>• Fast learner</li> <li>• Wealth seeker</li> <li>• Risk averse</li> </ul>

Sumber : Katz & Green (2009, p. 57)

## **2.2 Motivasi**

### **2.2.1 Pengertian Motivasi**

Menurut Kumar *et al* (2003, p.12), istilah motivasi diturunkan dari kata motif. Motif adalah ekspresi dari tujuan atau kebutuhan seseorang. Pengusaha memberikan arah perilaku manusia untuk mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan.

Menurut Schunk, Pintrich dan Meece (2008), Motivasi merupakan proses dimana kegiatan dijalankan secara berkelanjutan untuk mencapai tujuan. Motivasi melibatkan tujuan yang memberikan dorongan dan arah untuk bertindak.

### **2.2.2 Pengertian Motivasi Wirausaha**

Menurut Kumar *et al* (2003), motivasi wirausaha (*motivation entrepreneur*) adalah semangat dalam diri yang mengarahkan individu untuk berperilaku pengusaha dan dapat didefinisikan sebagai proses untuk merangsang seseorang agar melakukan tindakan untuk berperilaku sebagai pengusaha.

### **2.2.3 Motivasi Berwirausaha**

Beberapa ahli memberikan penjelasan yang beragam mengenai motivasi berwirausaha :

Adapun menurut Shane, Locke dan Collins (2003), motivasi berwirausaha dibagi sebagai berikut:

1. *Need for achievement*

Seseorang yang memiliki motivasi kebutuhan untuk pencapaian dinilai lebih menyukai untuk terlibat dalam kegiatan atau tugas dengan tingkat tanggung jawab yang tinggi untuk hasil, membutuhkan ketrampilan individu dan usaha, memiliki tingkat resiko yang cukup, dan mencakup umpan balik dari kinerja. Dengan *need for achievement* seseorang dapat dengan mudah membedakan antara kesuksesan dan kegagalan sehingga *need for achievement* memiliki peran penting untuk menjelaskan aktivitas kewirausahaan.

2. *Risk taking*

Seseorang dengan kebutuhan untuk pencapaian yang tinggi cenderung lebih bersedia mengambil resiko karena untuk mencapai hasil pencapaian yang tinggi tersebut, seseorang tersebut akan menghadapi berbagai tantangan. Sebaliknya seseorang yang menghindari kegagalan akan memilih tingkat resiko yang rendah.

3. *Tolerance for ambiguity*

Toleransi terhadap ambiguitas sangatlah penting karena ketika pengusaha memulai usahanya , tantangan yang akan dihadapi kedepan sangatlah tidak terduga, karena pengusaha akan menghadapi lebih banyak ketidakpastian kedepannya.

4. *Locus of control*

Motivasi lokus kontrol muncul karena pengusaha ingin tindakan pribadinya akan mempengaruhi hasil dari apa yang dikerjakannya. Pengusaha merasa bahwa pengusaha dapat langsung melihat bagaimana usaha pengusaha akan memberikan pengaruh terhadap hasil usahanya dan motivasi lokus control ini biasanya terdapat pada pengusaha yang memiliki motivasi pada hasil yang dicapai.

5. *Self-efficacy*

*Self-efficacy* merupakan kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya dengan menerapkan kemampuan diri, ketrampilan dan kompetensi untuk mencapai tingkat pencapaian tertentu. Seseorang dengan efikasi diri yang tinggi akan mengerahkan upaya yang lebih dalam jangka waktu yang panjang, lebih dapat bertahan saat mengalami kemunduran, dapat mengatur tujuan yang lebih tinggi serta mengembangkan rencana dan strategi yang lebih baik lagi.

6. *Goal setting*

Tujuan pertumbuhan akan berhubungan secara signifikan dengan pertumbuhan berikutnya yang ingin dicapai oleh pemilik bisnis.

7. *Independence*

Banyak peneliti telah mengamati bahwa kewirausahaan memerlukan kemerdekaan dimana adanya kemerdekaan untuk mengambil tanggung jawab atas bisnisnya sendiri bukan kepada usaha orang lain. pertama, pengusaha bertanggung jawab untuk melihat peluang yang belum ada sebelumnya, yang kedua pengusaha bertanggung jawab terhadap hasil akhirnya apakah tercapai atau tidak tercapai, dan selebihnya pengusaha dapat mengejar karir kewirausahaannya sendiri sebagai bentuk kemerdekaannya sendiri.

8. *Drive*

Saat pengusaha ingin mengejar kesempatan pengusaha harus membuat suatu tindakan untuk menjadikannya nyata. Terdapat empat aspek dari *drive* yaitu ambisi, tujuan, energi dan stamina. Ambisi mempengaruhi pengusaha untuk berusaha menciptakan sesuatu yang besar, penting dan signifikan ketika mengejar peluang serta dengan adanya ambisi pengusaha dapat menciptakan tujuan yang tinggi untuk dicapai. Ketika pengusaha ingin mencapai tujuan yang tinggi tersebut, tentu akan membutuhkan energi dan stamina yang besar. Energi yang diberikan secara berkelanjutan tersebut disebut dengan ketekunan dan keuletan

9. *Egoistic passion*

Motivasi ini merupakan bentuk dari gairah egois dari pengusaha dimana pengusaha termotivasi untuk melakukan apa yang benar-benar dalam kepentingannya sendiri sehingga pengusaha akan melakukan segala sesuatu untuk mencapainya. Adanya gairah tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan secara langsung.

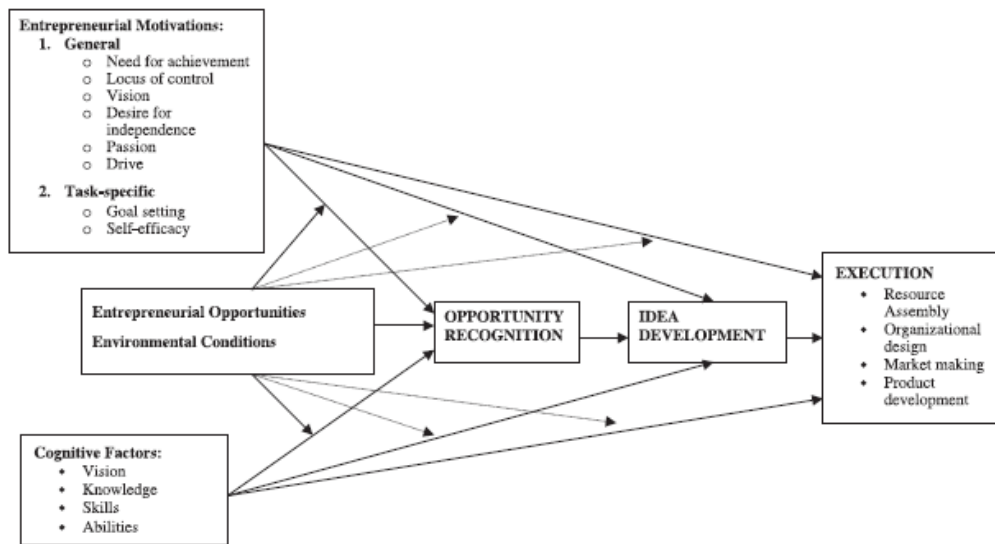


Fig. 1. Model of entrepreneurial motivation and the entrepreneurship process.

Gambar 2.1 Model Motivasi Kewirausahaan Terhadap Proses Kewirausahaan

Sumber : Shane, Locke dan Collins (2003, p. 275)

Selanjutnya menurut Zimmerer dan Scarborough (2008), beberapa daya pendorong (*push factors*) seseorang untuk berwirausaha adalah :

1. *Entrepreneurs as heroes*

Memiliki pemahaman wirausaha sebagai pahlawan. Dimana ada suatu desakan atau dorongan dalam diri wirausaha untuk memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan diri sendiri, keluarga, karyawan dimana akan memunculkan kebanggaan dalam diri wirausaha.

2. *Entrepreneurial education*

Memiliki pemahaman wirausaha sebagai pendidikan. Dimana berbagai institusi seperti *college* maupun universitas menemukan bahwa topik kewirausahaan menjadi topik yang sangat populer sehingga memperlihatkan bahwa minat masyarakat terhadap kewirausahaan tinggi.

3. *Demographic and economic factors*

Di masa sekarang dan masa mendatang, semua orang dapat menjadi seorang *entrepreneur* sehingga tidak ada batasan seperti jenis kelamin, umur, status sosial, ras, semua orang dapat menjadi seorang pengusaha dan kesuksesan tidak mengenal batas-batasan tersebut.

4. *Shift to a service economy*

Memiliki pemahaman adanya pergeseran ke ekonomi jasa. Dimana begitu besarnya kemajuan yang terjadi dibidang produksi sehingga memicu pemasaran produk tersebut kepada konsumen sehingga dengan begitu dapat meningkatkan usaha jasa pemasaran barang.

5. *Technological advances*

Dengan adanya perkembangan alat bisnis modern seperti computer, laptop, mesin fax, mesin foto kopi, printer, mesin penjawab dan pesan suara, seseorang dapat bekerja di rumah terlihat seperti sebuah bisnis yang besar. Dan saat ini computer dan alat komunikasi canggih dijual dengan berbagai harga dan dapat disesuaikan bahkan untuk bisnis terkecil sekalipun.

6. *Independent lifestyle*

Saat ini masyarakat senang dengan kebebasan untuk memilih dimana pengusaha akan tinggal, berapa jam pengusaha bekerja dan apa yang pengusaha kerjakan. Dengan berwirausaha, seseorang dapat memiliki waktu yang lebih banyak untuk keluarga dan teman serta dapat lebih dapat mengontrol keterkaitan stress akibat pekerjaan.

7. *E-Commerce and the World Wide Web*

World Wide Web merupakan bagian dari jaringan yang menghubungkan computer seluruh dunia dengan media internet dan dapat membuka begitu luas informasi di seluruh dunia sehingga begitu membantu pengguna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Selain itu E-commerce adalah media yang sangat membantu karena dengan E-commerce seorang *entrepreneur* memiliki media yang luas untuk memasarkan produknya dengan bantuan World Wide Web tersebut.

Sedangkan menurut Benzing dan Chu (2009, pp. 62-63 ), motivasi dibagi menjadi empat faktor yaitu :

1. *Extrinsic rewards*

Motif ekstrinsik merupakan alasan ekonomi yang membuat wirausahawan bekerja

2. *Independence/autonomy*

Motif ini merupakan motif yang terkait dengan keinginan seorang wirausahawan untuk bebas.

3. *Intrinsic rewards*

Motif intrinsik merupakan motif yang terkait dengan pemenuhan diri dan pertumbuhan diri.

4. *Family security*

Motif ini merupakan motif yang terkait dengan kebutuhan akan rasa aman untuk keluarga

Selanjutnya menurut Kumar *et al* (2003, p. 15), ada dua tipe dari faktor motivasi wirausahawan yaitu :

1. Internal

- Keinginan untuk melakukan sesuatu yang baru
- Kualifikasi pendidikan
- Latar belakang teknis
- Jumlah tahun pengalaman
- Latar belakang pekerjaan

2. Eksternal

- Dukungan dan bantuan pemerintah
- Ketersediaan faktor-faktor produksi
- Dorongan dari bisnis rumahan yang sudah mapan
- Permintaan produk yang menjanjikan

Selanjutnya menurut Dawson dan Henley (2012); Isaga, Masurel dan Montfort (2015) , ada dua faktor yang menentukan individu untuk mengambil inisiatif untuk memulai sebuah usaha bisnis baru yaitu:

a. Faktor Daya Dorong(*Push factor*)

Menurut Verheul *et al* (2010), faktor daya dorong merupakan faktor yang muncul karena kebutuhan dan seringkali erat kaitannya karena dampak dari pengangguran, adanya ketidakpuasan kerja serta tekanan keluarga sehingga mendorong seseorang untuk berwirausaha.

1. Kelangsungan hidup (*survival*), meliputi :

- Wirausaha merupakan satu-satunya cara untuk bertahan hidup
- Untuk dapat memiliki sesuatu sendiri atau tidak bergantung pada pendapatan pasangan (istri atau suami)
- Karena tidak dapat menemukan pekerjaan yang dibayar
- Karena berlebihan (*redundancy*)
- Karena kurangnya peluang atau kesempatan

2. Ketidakpuasan kerja (*job dissatisfaction*), meliputi :

- Karena gaji sebagai karyawan pada pekerjaan sebelumnya terlalu rendah sehingga tidak dapat menghidupi keluarga (*family constraints*)
- Karena mendapat pengalaman diskriminasi pada pekerjaan sebelumnya

b. Faktor Daya Tarik (*Pull factor*)

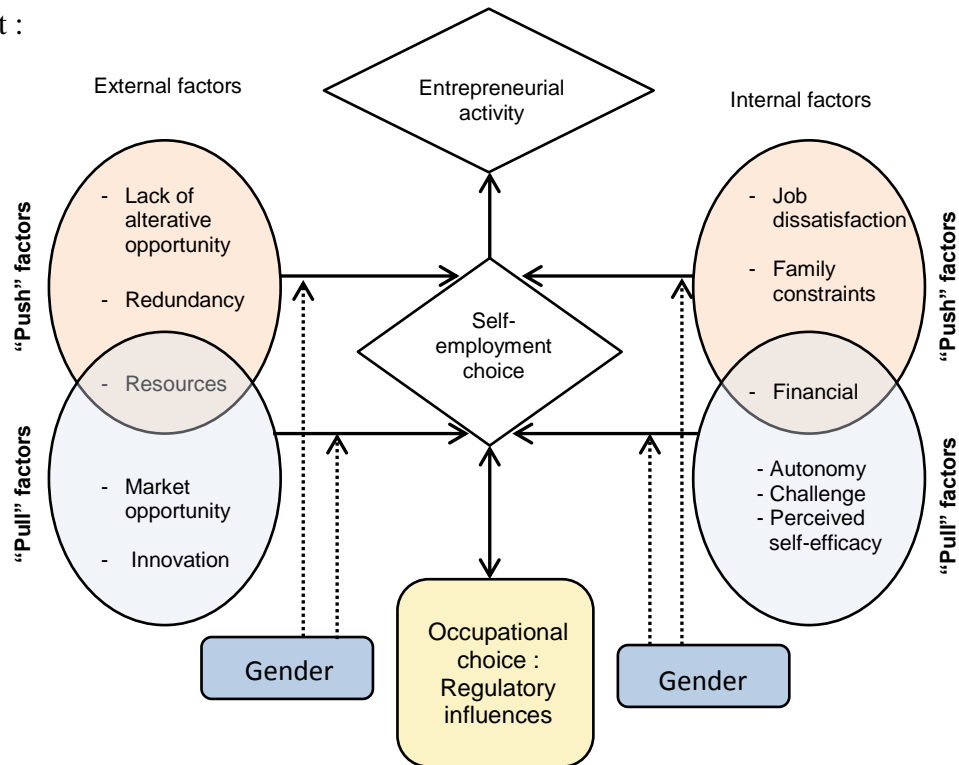
Menurut Verheul *et al* (2010), faktor daya tarik merupakan faktor yang muncul karena adanya peluang dan erat kaitannya dengan peluang pasar yang ada, status sosial, keuntungan, keinginan untuk berinovasi, keinginan untuk mandiri, kekayaan pribadi, mengikuti panutan yang ada dan penghargaan diri sehingga membuat seseorang termotivasi untuk berwirausaha.

1. Keinginan untuk mandiri (*desire for independence*), meliputi :

- Untuk mendapatkan pengakuan terhadap prestasi
- Untuk dapat lebih memiliki kontrol terhadap waktu yang dimiliki
- Untuk dapat berinovasi
- Untuk membangun organisasi yang sukses

- Untuk menjadi pemilik sendiri
  - Untuk dapat melakukan jenis pekerjaan yang diinginkan
  - Untuk menghindari bekerja untuk orang lain
  - Untuk menggunakan talenta spesial secara efektif
  - Untuk menggunakan peluang pasar
  - Untuk tantangan (*challenge*)
  - Untuk merasakan kemampuan diri (*perceived self-efficacy*)
2. Panutan (*role models*), meliputi :
- Untuk melanjutkan tradisi keluarga
  - Untuk mengikuti contoh dari orang yang dikagumi
3. Kekayaan pribadi (*personal wealth*), meliputi :
- Untuk mencapai posisi yang lebih tinggi di lingkungan sosial
  - Untuk mendapatkan uang yang lebih banyak daripada biasanya

Menurut Dawson dan Henley (2012, pp. 714), *push* dan *pull* faktor tersebut memiliki eksternal faktor, internal faktor dan gender yang mempengaruhi sebagai berikut :



Gambar 2.2 *Pull* dan *Push* Faktor Terhadap *Entrepreneurship*

Sumber : Dawson dan Henley (2012, pp. 714)

#### 2.2.4 Manfaat Berwirausaha

Menurut Scarborough (2012), manfaat dari *entrepreneurship* adalah sebagai berikut :

1. Memberikan peluang untuk mengendalikan nasib sendiri

Manfaat dari memiliki bisnis sendiri adalah pengusaha dapat mengendalikan nasib pengusaha sendiri dan menyediakan kebebasan dan kesempatan untuk mencapai hal penting bagi pengusaha itu sendiri

2. Memberikan peluang untuk melakukan perbedaan

Pengusaha memulai suatu bisnis karena pengusaha melihat sebuah kesempatan untuk membuat sesuatu yang berbeda. Pembangun usaha tersebut berusaha untuk menemukan solusi oovatif untuk beberapa masalah yang paling mendesak dan yang paling menantang

3. Memberikan peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya

Banyak orang menganggap pekerjaannya membosankan, kurang menantang dan tidak menyenangkan. Tetapi kebanyakan seorang *entrepreneur* akan menemukan hanya ada sedikit perbedaan antara bekerja dan bermain. Bagi seorang *entrepreneur* bisnisnya menjadi alat untuk mengeluarkan ekspresi dalam dirinya serta sebagai alat aktualisasi diri. Memiliki suatu bisnis akan menantang semua ketrampilan pengusaha, kemampuan, kreativitas dan tekad.

4. Memberikan peluang untuk meraih keuntungan semaksimal mungkin.

Walaupun uang bukanlah kekuatan utama penggerak kebanyakan pengusaha tetapi keuntungan dapat menjadi faktor pendorong penting dalam keputusan para wiraushawan untuk menciptakan suatu bisnis. Jika tujuan dalam

menciptakan bisnis tersebut adalah untuk memupuk kekakayaan maka memiliki bisnis adalah cara terbaik untuk mencapainya.

5. Memiliki peluang untuk berkontribusi kepada masyarakat dan mendapat pengakuan terhadap usahanya

Pengusaha senang ketika mendapat kepercayaan dan pengakuan dari pelanggan yang telah dilayani dengan setia selama bertahun-tahun serta ketika pekerjaan yang dilakukan memiliki dampak yang signifikan terhadap kelancaran fungsi ekonomi bangsa.

6. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disenangi atau digemari  
Pengusaha sukses memilih untuk masuk pada bidang bisnis tertentu dimana bidang bisnis yang dipilih merupakan bidang bisnis yang memiliki kepentingan didalamnya serta pengusaha menikmati bekerja didalamnya.

## **2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

### **2.3.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab I pasal 1 (Departemen Koperasi) , pengertian UMKM yaitu:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perorangan atau badan usahan yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut Ndubisi dan Nwankwo (2013, p. 216), definisi dari *SME* didasarkan pada 2 kriteria yaitu:

1. Penjualan total omset / pendapatan bisnis dalam setahun
2. Jumlah karyawan waktu penuh (*full-time*) dalam bisnis

### **2.3.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab IV pasal 6 ayat 1-3 (Departemen Koperasi) , kriteria UMKM adalah sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut ;
  - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### **2.3.3 Asas Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab II pasal 2 (Departemen Koperasi) , asas UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Kekeluargaan;
- b. Demokrasi ekonomi;
- c. Kebersamaan;
- d. Efisiensi berkeadilan;
- e. Berkelanjutan;
- f. Berwawasan lingkungan;
- g. Kemandirian;
- h. Keseimbangan kemajuan; dan
- i. Kesatuan ekonomi nasional

### **2.3.4 Tujuan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab III pasal 5 (Departemen Koperasi) , tujuan pemberdayaan UMKM adalah:

- a. mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
- b. menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan

- c. meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

## 2.4 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.2 Penelitian – Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Tahun	Judul	Pendekatan	Pembahasan	Variabel	Hasil Penelitian	Batasan
1.	Dawson, C & Henley, A	2012	"Push" versus "Pull" entrepreneurship : an ambiguous distinction?	Kuantitatif	Alasan "pull" dan "push" yang membuat individu untuk berwirausaha. Dalam penelitian, dibahas dan dijelaskan mengenai ambiguitas yang terjadi dari "pull" dan "push" yang berfokus pada perbedaan antara laki-laki dan perempuan di UK.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Push factors</li> <li>• Pull factors</li> <li>• Gender</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor <i>Independence</i> lebih mendominasi motivasi</li> <li>• Persentase <i>push factors</i> adalah 48% dan didominasi pada ketergantungan interpretasi</li> <li>• 22% dari wanita termotivasi dari komitmen keluarga</li> <li>• Pria lebih didominasi oleh <i>pull</i>, sedangkan wanita kombinasi dari <i>pull</i> dan <i>push</i></li> </ul>	Motivasi dapat terus berubah sesuai dengan perkembangan jaman yang ada
2.	Eijdenber, E. L, Pass, L.J & Masurel, E	2015	Entrepreneurial motivation and small business growth in Rwanda	Kuantitatif	Penelitian ini membahas mengenai hubungan antara motivasi kewirausahaan dengan pertumbuhan usaha kecil di Rwanda.	Exploratory Factorial Analysis (EFA) yang didalamnya adalah <i>motivation, socio-demographic</i> terhadap pertumbuhan bisnis	<p>Prediktor untuk pertumbuhan usaha kecil dibagi menjadi 3 yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor dengan motivasi yang berkaitan dengan latar belakang keluarga, kebutuhan dan motivasi kesempatan</li> <li>• Faktor utama yang berkaitan dengan motivasi kesempatan (terkuat)</li> </ul>	Penelitian ini memberikan kontribusi untuk perdebatan yang ada dalam literatur mengenai motivasi kewirausahaan mempengaruhi pertumbuhan usaha kecil

							<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor utama yang berkaitan dengan motivasi kebutuhan</li> </ul>	
3.	Isaga, N, Masurel, E & Montfort, K.V	2015	<i>Owner-manager motives and the growth of SMEs in developing countries</i>	Kuantitatif	Penelitian ini membahas mengenai pemahaman motif individu di Tanzania untuk memulai bisnis sendiri dan disisi lain untuk memahami pertumbuhan perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi (<i>pull factors and push factors</i>)</li> <li>• <i>Growth, namely, employment, sales and assets</i> untuk mengukur pertumbuhan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Pull factors</i> lebih berperan penting dalam motivasi untuk memulai bisnis</li> <li>• <i>Pull factors</i> lebih berperan positif pada pertumbuhan perusahaan</li> </ul>	Penelitian hanya dilakukan pada satu sektor bisnis saja, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat diketahui apakah dapat diaplikasikan di sektor usaha lain
4.	Shane, S, Locke, E. A & Collins, C. J	2003	<i>Human resource management review entrepreneurial motivation</i>	Kualitatif	Penelitian ini membahas mengenai motivasi seseorang untuk memutuskan untuk berwirausaha.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Entrepreneurial motivations (General &amp; Task specific)</i></li> <li>• <i>Entrepreneurial Opportunities</i></li> <li>• <i>Cognitive factors (visions, knowledge, skill, abilities)</i></li> </ul>	Motivasi dapat mempengaruhi proses kewirausahaan di masing-masing tahap dan dalam fokus pada kognisi, peluang dan kekuatan lingkungan	-
5.	Benzing, C & Chu,	2009	<i>A comparison of the motivations of small</i>	Kuantitatif	Penelitian ini membahas alasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Characteristic of business</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi terkuat adalah peluang untuk</li> </ul>	Daftar motivasi yang ada dalam

	H.M		<i>business owners in Africa</i>		dari 599 pengusaha di 3 negara (Kenya, Ghana dan Nigeria) untuk memulai usaha kecil, dan kemudian dibandingkan tren motivasi dari ke 3 negara tersebut berdasarkan gender.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Characteristic of entrperenuer</i></li> <li>• <i>Push &amp; pull factors</i></li> </ul>	meningkatkan pendapatan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat 3 faktor motivasi yaitu : faktor keluarga, <i>exterenal validation factor</i>, dan <i>self-betterment factor</i></li> </ul>	penelitian tidak lengkap. Penambahan motivasi dapat mempengaruhi hasil
6.	Raymond, M	2013	<i>Studi Deskriptif tentang entrepreneurial motivation dan Kinerja Bisnis pada usaha mikro dan kecil di Jawa Timur</i>	Kuantitatif	Penelitian ini membahas mengenai motivasi kewirausahaan UMK dan dikaitkan dengan kinerja bisnis UMKnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi : Motivasi pribadi, <i>need for achievement, need for independence, desire for wealth</i>, motivasi peluang, motivasi sumber daya, motivasi lingkungan social</li> <li>• Aspek Kinerja Bisnis: aspek pemasaran dan aspek sumber daya manusia</li> </ul>	Terjadi beberapa perubahan dalam kinerja bisnis pada awal berdiri pada tahun 2013, perubahan paling terjadi pada <i>entrepreneurial motivation</i> adalah item penentuan target pelanggan	-

7.	Verheul, I., Thurik, R., Hesseles, J., Zwan, P.V.D	2010	<i>Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs</i>	Kuantitatif	Penelitian ini membahas mengenai motivasi peluang dan kebutuhan yang dimiliki oleh 2007 responden di 27 negara Eropa dan Amerika Serikat dalam memutuskan untuk berwirausaha. Dalam penelitian ini mengamati profil dari seoraang wirausaha dapat mempengaruhi motivasi yang dominan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Push Factors</li> <li>• Pull Factors</li> </ul>	Sebagian besar responden memulai bisnis karena melihat peluang baik diluar kebutuhan atau karena kedua motivasi tersebut (kebutuhan dan peluang)	
----	--	------	--	-------------	--	--	--	--

Penelitian oleh Dawson dan Henley (2012) membahas mengenai alasan *pull* dan *push* dari individu di UK untuk berwirausaha dengan berfokus pada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Variabel yang digunakan oleh Dawson dan Henley adalah *push factor (survival, job dissatisfaction)*, *pull factor (desire for independence, role models, personal wealth)* dan gender. Hasilnya adalah *pull factors* lebih mendominasi dan *push factors* hanya memiliki presentase 48%. Untuk laki-laki, motivasi berwirausaha didominasi oleh *pull factors* sedangkan wanita didominasi oleh keduanya. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang lain adalah dalam penelitian ini diteliti faktor yang mempengaruhi motivasi berusaha dengan lebih memfokuskan dengan mengamati tren yang ada jenis gender yang berbeda.

Sedangkan penelitian oleh Eijdenber , Pass dan Masurel (2015) membahas mengenai keterkaitan antara motivasi kewirausahaan dengan pertumbuhan usaha kecil di Rwanda. Hasil penelitian tersebut adalah faktor motivasi berwirausaha yang mempengaruhi pertumbuhan usaha kecil tersebut adalah faktor latar belakang keluarga, kebutuhan dan kesempatan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang lain adalah peneliti penelitian ini meneliti apa saja motivasi berwirausaha yang menjadi prediktor untuk pertumbuhan usaha kecil, sehingga penelitian ini memfokuskan motivasi berwirausaha yang memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan usaha kecil yang berada di Rwanda.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Isaga, Masurel dan Montfor (2015) membahas mengenai faktor – faktor yang memberi motivasi untuk berwirausaha yaitu melalui *push* maupun *pull factors* serta selanjutnya penelitian ini meneliti faktor apa yang mempengaruhi pertumbuhan usaha tersebut di Tanzania. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel *push dan pull factors* serta pertumbuhan usaha Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *pull factors* lebih berperan penting dalam memotivasi seseorang untuk berwirausaha serta lebih berperan positif pada pertumbuhan perusahaan. Penelitian ini kurang lebih sama dengan yang dibahas oleh penelitian Eijdenber *et al*, yaitu berfokus terhadap faktor

yang lebih mendominasi dalam motivasi berwirausaha yang memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan usaha kecil di Tanzania.

Penelitian oleh Shane, Locke dan Collins (2003) membahas mengenai motivasi seseorang untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi memberi pengaruh terhadap kewirausahaan. Perbedaan yang membedakan penelitian ini dengan yang lainnya adalah metode penelitian ini merupakan metode kualitatif sehingga perspektif yang digunakan tidak sebanyak penelitian kuantitatif.

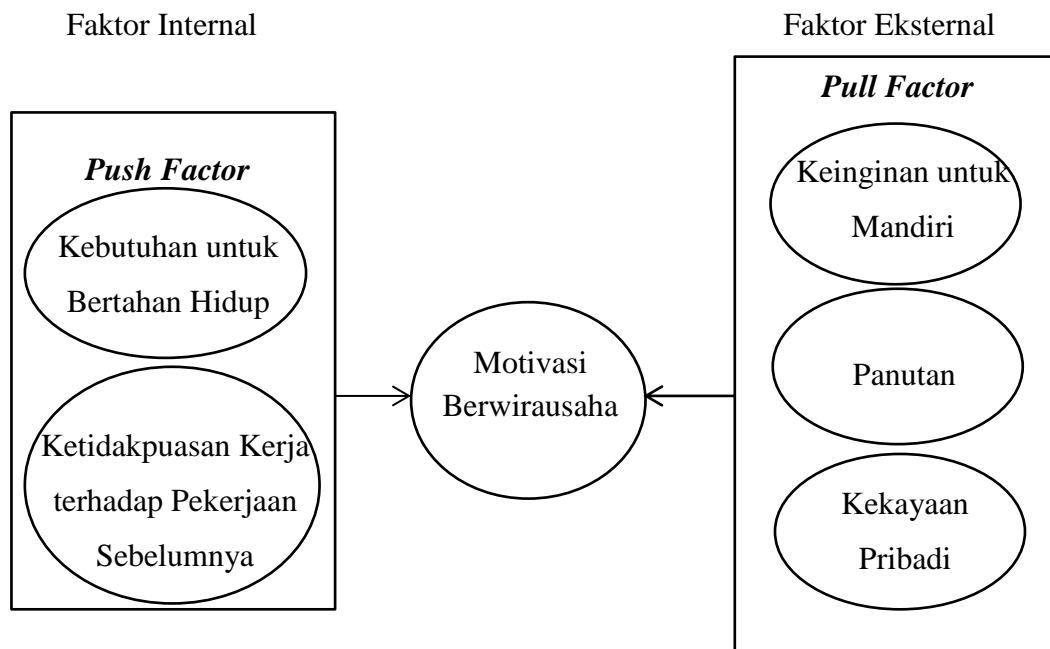
Benzing dan Chu (2009) meneliti alasan dari 599 pengusaha di Kenya, Ghana dan Nigeria untuk memulai usaha dan kemudian dibandingkan dengan tren motivasi yang muncul di ke 3 negara tersebut. Variabel yang digunakan oleh penelitian ini adalah karakteristik dari bisnis dan wirausahawan serta *push dan pull factors*. Hasil dari penelitian ini adalah faktor kuat yang mempengaruhi motivasi berwirausaha tersebut adalah faktor keluarga, *external validation factor*, dan *self-betterment factor*. Perbedaan penelitian ini dengan yang lainnya adalah penelitian dilakukan di 3 tempat yang berbeda serta dibandingkan hasilnya satu dengan yang lain. Oleh karena itu dapat terlihat bahwa hasil penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha di tempat yang berbeda belum tentu sama.

Selanjutnya penelitian oleh Raymond (2013) membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi untuk berwirausaha yang dimiliki oleh pengusaha mikro dan kecil di Jawa timur dan dikaitkan dengan kinerja bisnis usaha tersebut. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Motivasi pribadi, *need for achievement, need for independence, desire for wealth*, motivasi peluang, motivasi sumber daya, motivasi lingkungan sosial serta aspek kinerja bisnis. Hasil dari penelitian ini adalah terjadi beberapa perubahan dalam kinerja bisnis pada awal berdiri pada tahun 2013, perubahan paling terjadi pada *entrepreneurial motivation* adalah item penentuan target pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah penelitian ini mengkaitkan motivasi berwirausaha secara umum dengan kinerja bisnis usahanya.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Verheul, Thurik, Hesseles dan Zwan (2010) membahas mengenai motivasi yang membuat 2007 pengusaha di 27 negara Eropa dan Amerika memutuskan untuk mendirikan suatu usaha yang dipengaruhi oleh *push factor* dan *pull factors* yaitu peluang dan kebutuhan. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa sebagian besar responden termotivasi karena adanya peluang.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian – penelitian sebelumnya diatas adalah penelitian ini berfokus pada *push* dan *pull factors* yang mempengaruhi motivasi berwirausaha, serta penelitian ini dapat menunjukkan apakah tren yang terjadi di berbagai penelitian sebelumnya yang tentu dilakukan di tempat lain akan menunjukkan hasil yang sama dengan yang ada di Surabaya.

## 2.4 Kerangka Berpikir



Gambar 2.3 : Kerangka Berpikir

Sumber: Adopsi model Dawson dan Henley (2012); Isaga, Masurel dan Montfort (2015)