

STUDI DESKRIPTIF TENTANG *ENTREPRENEURIAL MOTIVATION* DAN KINERJA BISNIS PADA USAHA MIKRO DAN KECIL SEKTOR INFORMAL DI JAWA TIMUR

Michael Raymond dan R.R Retno Ardianti

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: michael.raymond@hotmail.com ; retnoardianti@yahoo.com

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *entrepreneurial motivation* usaha mikro dan kecil yang bergerak dalam sektor informal dan juga mendeskripsikan kinerja bisnisnya, sehingga dapat mengetahui kaitan antara *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis UMK di Jawa Timur.

Untuk melakukan penelitian studi deskriptif mengenai *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis, metode untuk mendapatkan informasinya adalah menggunakan kuesioner sedangkan untuk metode penelitian yang digunakan adalah statistik deskriptif agar penulis bisa mendeskripsikan mengenai mean dan frekuensi variabel penelitian, serta *cross-tabulation* agar penulis bisa melakukan analisa deskriptif mengenai *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis.

Dari hasil analisa *cross-tabulation* antara *entrepreneurial motivation* dengan kinerja bisnis kepada 68 responden, dapat dilihat bahwa terjadi beberapa perubahan dalam kinerja bisnis pada awal berdiri dan saat ini. , item yang menunjukkan perubahan paling besar pada responden dengan *entrepreneurial motivation* tinggi adalah pada item penentuan target pelanggan.

Kata Kunci—*Entrepreneurial Motivation*, Kinerja Bisnis, *Cross tabulation*

1.PENDAHULUAN

Menurut Steer dan Porters (1991 dalam Locke dan Baum, 2007, p.93) Motivasi adalah tenaga, arahan, dan kemampuan untuk melakukan tindakan. Motivasi didasari oleh kebutuhan, nilai-nilai, keinginan dan tujuan setiap individu. Gartner, Bird dan Starr (1992 dalam Locke dan Baum, 2007, p.93) menyebutkan bahwa ciri-ciri dari *Entrepreneurial Motivation* adalah kekuatan yang mengendalikan para *entrepreneur* baru dalam menjalankan dan mengembangkan perusahaannya. Dalam penelitian ini ada 9 indikator yang digunakan untuk mendeskripsikan *entrepreneurial motivation* responden:

1. *Need for Achievement*

McClelland (1961) berpendapat bahwa individu yang memiliki tingkat *need for achievement* tinggi lebih mampu daripada mereka yang memiliki tingkat *need for achievement* rendah dalam bekerja dan mempertanggung jawabkan pekerjaannya. (dalam dalam Shane, Locke dan Collins,2003 p.264). Berdasarkan penelitian Collins et al. (2000) menyimpulkan bahwa *need for achievement* cukup efektif dalam membedakan antara pendiri sebuah usaha dengan yang sukses dan yang kurang sukses. (dalam Shane, Locke dan Collins, 2003 p.264)

2. *Desire for Wealth*

Menurut Birley dan Westhead, Shane dan Cassar (1994,2004 dan 2007 dalam Morales-Gualdrón, Gutierrez Gracia, Dobon,2009, p. 305) kebutuhan untuk memperoleh kekayaan adalah salah satu tujuan yang secara alamiah dikaitkan dengan *entrepreneur*.

3. *Locus of Control*

Menurut Rotter (1966) adalah *locus of control* adalah kepercayaan individu terhadap dirinya sendiri bahwa tindakan atau karakteristik mereka mempengaruhi hasil dari perbuatan mereka. (dalam Shane, Locke dan Collins, 2003 p.266).

4. *Independence*

Kemandirian adalah keputusan untuk menurut pertimbangan pribadi dibandingkan mengikuti arahan secara mentah-mentah dari orang lain. (dalam Shane, Locke dan Collins, 2003 p.268)

5. *Passion*

Ada pendapat yang berkata bahwa motivasi seorang *entrepreneur* adalah untuk melayani karyawan dan lingkungan mereka, tapi berkebalikan dengan itu motivasi utama para *entrepreneur* adalah ego. Karena mereka termotivasi untuk melakukan apa yang menjadi kehendak mereka. (dalam Shane, Locke dan Collins, 2003 p.268)

6. *Self-efficacy*

Self-efficacy menurut Bandura (1977) adalah kepercayaan terhadap kemampuan seseorang dalam mengerahkan dan mengimplementasikan sumberdaya, kemampuan dan kompetensi seseorang untuk mencapai level tertentu dalam sebuah tugas yang diberikan (dalam Shane, Locke dan Collins, 2003 p.267).

7. *Opportunity*

Motivasi yang terkait dengan peluang *entrepreneurial* Menurut Shane dan Venkataraman (2000 dalam Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon,2009, p. 305) peluang *entrepreneurial* adalah salah satu elemen kunci dalam proses pembuatan sebuah perusahaan. Menurut Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon (2009) identifikasi dari sebuah peluang *entrepreneurial* bisa menjadi sebuah pemicu untuk mendirikan sebuah perusahaan.

8. *Resource Availability*

Menurut Gartner dan Radosevich (1988 dan 1995 dalam Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon,2009, p. 306) mendirikan sebuah perusahaan membutuhkan investasi dari berbagai macam bentuk sumber daya, sehingga kesediaan dari sumber daya itu menjadi salah satu elemen penting untuk pengembangan proyek tersebut. Menurut Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon (2009) ada tiga sub-dimensi dari faktor ini yaitu : Keuangan, koneksi sosial dan fasilitas produksi.

9. *Social Environment*

Menurut Shapero (1984 dalam Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon,2009, p. 307) persepsi akan kelayakan dan keinginan untuk mendirikan sebuah perusahaan didasari oleh tiga hal yaitu lingkungan keluarga, lingkungan tempat tinggal dan perilaku lingkungan sekitar terhadap pendirian bisnis baru tersebut. Menurut Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon (2009, p. 307) ada dua

sub-dimensi dari faktor ini yaitu: *Role Models* dan perilaku lingkungan sekitar terhadap *entrepreneurship*.

Selain *entrepreneurial motivation* variabel yang digunakan untuk penelitian ini adalah kinerja bisnis. Menurut Hariandja (2002) kinerja adalah hasil kerja yang dihasilkan oleh pegawai atau perilaku nyata yang ditampilkan sesuai dengan perannya dalam organisasi. Kinerja pegawai merupakan suatu hal yang sangat penting dalam usaha organisasi untuk mencapai tujuannya, sehingga berbagai kegiatan harus dilakukan organisasi untuk meningkatkannya. Menurut Umar (2005) "Seluruh kinerja perusahaan hendaknya dievaluasi setelah periode waktu tertentu, misalnya setiap bulan atau periode lain yang lebih pendek waktunya seperti setiap minggu, atau periode yang lebih lama, seperti setiap kuartal." (p. 11). Kinerja bisnis akan dideskripsikan melalui beberapa indikator yaitu:

1. Aspek Pemasaran:

Dari aspek pemasaran ada beberapa item yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu:

- *targeting* : Menurut Khasali (2007) *targeting* adalah "Persoalan bagaimana memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar" (p. 48)
- Bauran Pemasaran menurut Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto dan Paulus (2006) adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu dengan yang lainnya. Bauran pemasaran sering disebut konsep empat P yaitu:
 - *Produk (product)*
Produk adalah barang atau jasa yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. (Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto dan Paulus 2006, p. 128)
 - *Price (Harga)*
Harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. (Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto dan Paulus 2006, p. 128)
 - *Place (Saluran Distribusi)*
Saluran distribusi yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen (Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto dan Paulus 2006, p. 129)
 - *Promotion (Promosi)*
Promosi adalah kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan (Fuad, Christin, Nurlela, Sugiarto dan Paulus 2006, p. 130)

2. Aspek Sumber Daya Manusia

Dari aspek sumber daya manusia ada beberapa item yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu:

- Jumlah jam kerja
Menurut Ferrante (2005, dalam Hisrich, Peters dan Shepherd, 2008) penelitian memberikan bukti bahwa jumlah jam kerja yang dihabiskan oleh para pemilik bisnis kecil dalam aktivitas-aktivitas kewirausahaan memengaruhi kinerja bisnis dan menunjukkan bakat kewirausahaan mereka.
- Besaran upah : Menurut Heller (2003) uang dan imbalan-imbalan lainnya sebagai sarana kunci untuk memperoleh kinerja yang tinggi. Hal ini berarti mengeluarkan mengalokasikan, dan mempergunakan uang untuk memberikan "umpan-balik yang relevan

dengan hasil pekerjaan"- imbalan yang diberikan mengindikasikan kepada si penerima seberapa baik ia telah bekerja.

- Jumlah karyawan

Menurut Umar (2005) produktivitas tenaga kerja suatu usaha dapat diukur melalui perbandingan antara produktivitas jumlah produksi dengan jumlah karyawan.

Dalam penelitian mengenai analisa deskriptif *Entrepreneurial Motivation* dan kinerja bisnis pada pengusaha skala mikro dan kecil yang bergerak dalam bidang informal ini penulis ingin mengetahui seberapa besar motivasi dan kinerja bisnis responden yang merupakan *entrepreneur* UMK di Jawa Timur.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana penggambaran analisa deskriptif antara *Entrepreneurial Motivation* dengan kinerja bisnis pada pengusaha sektor informal di Jawa Timur?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan *Entrepreneurial Motivation* usaha mikro dan kecil yang bergerak dalam sektor informal.
2. Mendeskripsikan kinerja bisnis pengusaha sektor informal di Jawa Timur
3. Menggambarkan keterkaitan *Entrepreneurial Motivation* dengan kinerja bisnis pada pengusaha mikro dan kecil sektor informal yang berada di Jawa Timur.

2.METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif deskriptif, menurut Sugiyono (2003 dalam Sarwono,2010) tipe penelitian kuantitatif digunakan dalam meneliti status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun kelas peristiwa pada waktu tertentu. Melalui metode ini akan diperoleh data dan informasi tentang gambaran suatu fenomena, fakta, sifat, serta hubungan fenomena tertentu secara komprehensif dan integral. Dengan demikian, pengulangan dalam penelitian kuantitatif dilakukan dalam rangka mendapatkan konsistensi atau reliabilitas data penelitian dan membuktikan penelitian yang telah ada. Sementara metode penelitian deksriptif menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (1999 dalam Sarwono,2010) menjelaskan bahwa metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Menurut Gulo (2002) populasi adalah sekumpulan obyek yang menjadi pusat perhatian, yang daripadanya terkandung informasi yang ingin diketahui. Populasi yang digunakan adalah pengusaha sektor informal yang berada di provinsi Jawa Timur. Sampel yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah pengusaha skala mikro dan kecil yang bergerak dalam bidang usaha informal.

Pengambilan sampel oleh penulis menggunakan metode *judgemental sampling*. Menurut McMurray, Pace dan Scott (2004) *Judgemental Sampling* adalah sebuah bentuk sampel yang seringkali digunakan dalam pengetesan pasar atau untuk mensurvey individu-individu tertentu yang diyakini merupakan percontohan dari populasi tertentu.

Definisi Operasional

Variabel yang akan dibahas berdasarkan teori yang terdapat pada Bab 2, adapun pembatasan yang dilakukan peneliti

dalam menentukan variabel dan indikator yang akan diteliti, antara lain:

Entrepreneurial Motivation

Entrepreneurial Motivation adalah motivasi atau dorongan setiap individu dalam menciptakan dan mengembangkan usahanya, baik itu dari pengaruh internal individu masing-masing maupun - eskternal. Dalam penelitian mengenai pengusaha mikro dan kecil sektor informal di Jawa Timur ini ada empat indikator yang akan digunakan untuk meneliti *Entrepreneurial Motivation* pengusaha sektor informal, yaitu:

- Motivasi pribadi
Motivasi pribadi mendorong setiap *entrepreneur* untuk menciptakan usahanya sendiri, dalam motivasi pribadi ada tiga indikator yang dipakai untuk penelitian ini, yaitu :
 - *Need for Achievement*
Kebutuhan untuk berprestasi mengacu terhadap keinginan untuk melakukan sebuah pekerjaan yang susah dan menantang. Itemnya meliputi:
 - Kemampuan responden dalam menaklukan tantangan/hambatan dalam kehidupan.
 - Keinginan untuk membuktikan pada diri sendiri bahwa responden memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu
 - Keinginan responden untuk berprestasi.
 - *Need for Independence*
Keinginan seseorang untuk bisa merencanakan pekerjaan dan menetapkan keputusannya sendiri. Itemnya adalah:
 - Keinginan responden untuk tidak lagi bergantung pada orang lain
 - Keinginan untuk membuat keputusan sendiri.
 - *Desire of wealth*
Kebutuhan untuk memperoleh kekayaan adalah salah satu tujuan yang secara alamiah dikaitkan dengan *entrepreneur*. Itemnya adalah:
 - Keinginan responden untuk memperoleh keuntungan.
 - Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang sudah dikeluarkan.
 - *Locus of Control*
Rasa percaya diri seorang *entrepreneur* bahwa tindakan yang mereka lakukan dalam mengambil keputusan maupun karakteristik kepribadian mereka akan mempengaruhi hasil. Itemnya adalah:
 - Kepercayaan bahwa nasib ditentukan oleh usahanya sendiri.
 - Kepercayaan bahwa dengan kerja keras bisa mengubah jalan hidup.
 - *Egoistic Passion:*
Egoistic passion seorang *entrepreneur* membuat seorang *entrepreneur* mengambil langkah-langkah tertentu dalam memulai bisnis maupun dalam menjalankan usahanya hari ke hari. Karena ego dari dalam diri masing-masinglah yang mendorong seorang *entrepreneur* untuk melaksanakan langkah-langkah usahanya. Itemnya adalah:
 - Ambisi responden untuk bisa menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup
 - Kecintaan responden akan bidang usaha yang digeluti
 - Energi/daya yang dimiliki oleh responden dalam mewujudkan ide.
 - *Self Efficacy*
Self efficacy adalah rasa percaya diri seorang individu dalam kemampuannya untuk mencapai tingkat tertentu. Itemnya adalah:

- Keyakinan responden dalam melakukan apa yang dia lakukan.
- Keyakinan responden bahwa dirinya mampu dan memiliki kompetensi dalam menjalankan usaha.
- *Opportunity*
Dalam penelitian ini akan melihat apakah ada motivasi yang mendasari seorang *entrepreneur* untuk masuk kedalam salah satu bidang usaha karena melihat adanya peluang yang terbuka. Itemnya adalah:
 - Kemampuan responden untuk melihat peluang usaha baru.
 - Kemampuan responden dalam melihat peluang untuk menciptakan produk baru.
 - Kemampuan responden dalam memasuki pangsa pasar yang baru.
- *Resource Availability*
Dalam mendirikan sebuah usaha seorang *entrepreneur* perlu melihat keberadaan sumber daya karena dengan keberedadaan sumber daya sebagai salah saktu faktor pendukung dalam pendirian usaha dan pengembangan usaha. Dalam penelitian ini ada dua indikator yang dipakai dalam melihat motivasi yang berkaitan dengan sumber daya yaitu:.
 - *Koneksi Sosial*
Koneksi sosial setiap *entrepreneur* memungkinkan mereka untuk bisa mendukung usaha mereka baik dalam ketersediaan bahan baku maupun dalam bantuan bantuan untuk mendapatkan konsumen. Itemnya adalah:
 - ❖ Terdapatnya koneksi (keluarga/teman) yang bisa membantu dalam berwirausaha.
 - *Finansial*
Kemampuan seorang *entrepreneur* dalam menyediakan modal maupun untuk menjalankan usahanya hari ke hari. Itemnya adalah:
 - ❖ menjalankan usaha karena terdapat modal untuk mendirikan usaha.
 - *Fasilitas Produksi*
Yang dimaksud dengan fasilitas produksi adalah kemampuan sebuah usaha untuk memproduksi barang dan jasa. Fasilitas produksi berkaitan dengan biaya yang harus dikeluarkan sebuah perusahaan untuk menentukan jumlah produk yang bisa dihasilkan. Itemnya adalah:
 - ❖ Ketersediaan fasilitas yang bisa membantu dalam berwirausaha.
- *Social Environment*
Motivasi seorang *entrepreneur* dalam menciptakan sebuah usaha tidak hanya dipengaruhi dari sisi internal tapi juga bisa dipengaruhi karena lingkungan sekitarnya, dalam penelitian ini ada dua indikator motivasi yang berkaitan dengan lingkungan sosial yang digunakan, yaitu:
 - *Role Models*
Role Models adalah panutan bagi setiap individu yang menginspirasi mereka untuk menjadi seperti *role model* mereka. Itemnya adalah:
 - ❖ orang-orang yang menginspirasi *entrepreneur* untuk menjadi seorang pengusaha.
 - *Tanggapan lingkungan sekitar terhadap entrepreneurship*
Tanggapan lingkungan sekitar dalam hal ini adalah orang tua, suami/istri, keluarga, tetangga sekitar juga mempengaruhi keputusan yang diambil oleh seorang *entrepreneur* dalam mengambil keputusan dalam usaha mereka. Itemnya adalah:
 - ❖ Kepercayaan dari lingkungan sekitar bahwa *entrepreneurship* bisa memberikan dampak positif.

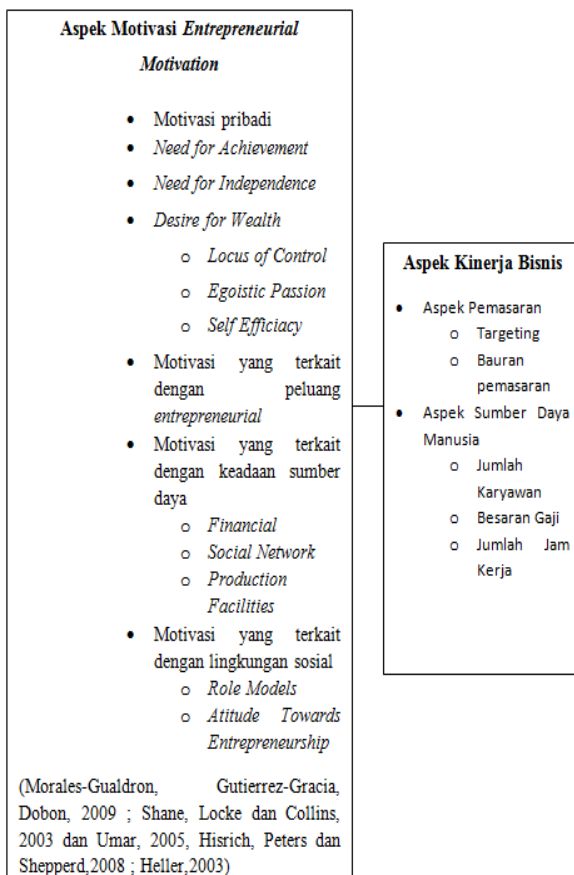
Kinerja Bisnis

Dalam sebuah usaha, seorang *entrepreneur* harus melihat bagaimana kinerja yang mereka hasilkan agar mereka bisa terus bertambah lebih baik dan untuk mengurangi kecacatan dalam bisnis mereka. Dalam penelitian ini ada dari dua indikator yang digunakan untuk melihat kinerja bisnis seorang *entrepreneur*, akan dilihat bagaimana perubahan dari masa awal berdiri dan saat ini, indikatornya yaitu:

- Aspek Pemasaran itemnya adalah:
 - Penetapan target pasar yang ingin dicapai oleh responden.
 - Produk yang dihasilkan adalah produk sejenis yang sudah ada dipasaran, produk yang lebih baik daripada yang dipasar atau jenis produk baru.
 - Penetapan harga produk menyesuaikan harga yang ada dipasaran atau berpatokan terhadap harga produksi.
 - Pemberian diskon-diskon pada saat-saat tertentu atau tidak.
 - Promosi terhadap produk maupun jasa yang mereka hasilkan.
 - Pendistribusian produk atau jasanya.
 - Seberapa besar jangkauan wilayah distribusi produk atau jasa.
- Aspek MSDM Itemnya adalah:
 - jumlah karyawan yang dimiliki oleh usaha tersebut, baik karyawan tetap maupun tidak tetap.
 - jam kerja rata-rata setiap harinya karyawan yang bekerja.
 - gaji yang diberikan sudah menyesuaikan dengan standar UMK, dibawah UMK atau diatas UMK yang berlaku.

Kerangka Berpikir

Gambar 1 Kerangka Berpikir Analisa Deskriptif *Entrepreneurial Motivation* pengusaha mikro dan kecil sektor informal di Jawa Timur terhadap kinerja bisnis



3. ANALISA dan PEMBAHASAN

Dari total 141 kuesioner yang telah diisi oleh responden, dibagi menjadi dua tergantung dari jenis usaha responden yaitu formal atau informal, berikut adalah tabel yang menggambarkan jenis usaha responden:

Tabel 1
Jenis Usaha Responden

Jenis Usaha Responden	Jumlah	Persentase
Formal	73	51,80%
Informal	68	48,20%
Total	141	100%

Sesuai dengan data diatas didapatkan 73 responden dengan jenis usaha formal dan 68 dengan jenis usaha informal. Sesuai dengan judul penelitian ini, jenis usaha responden yang akan dipakai dalam penelitian ini hanya jenis usaha informal, oleh karena itu dari 141 kuesioner yang didapatkan hanya 68 kuesioner yang akan dipakai untuk penelitian ini.

Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini berdasarkan pada metode korelasi pearson. sedangkan signifikansi yang dipakai adalah yang bernilai lebih kecil dari 0,005. Hasil uji validitas dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Validitas *Entrepreneurial Motivation*

No	Pernyataan	Si g.	Keterangan
<i>Need for Achievement</i>			
1	Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain	0	Valid
2	Menaklukkan tantangan/hambatan dalam kehidupan	0	Valid
3	Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu	0	Valid
<i>Desire for Wealth</i>			
1	Keinginan untuk memperoleh kekayaan	0	Valid
2	Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah saya keluarkan	0	Valid
<i>Locus of Control</i>			
1	Kepercayaan bahwa nasib saya ditentukan oleh usaha saya sendiri	0	Valid
2	Kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup saya	0	Valid
<i>Independence</i>			
1	Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain	0	Valid
2	Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup	0	Valid
<i>Passion</i>			
1	Ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup	0	Valid
2	Kecintaan saya terhadap bidang usaha yang saya geluti	0	Valid

3	Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide	0	Valid
<i>Self Efficacy</i>			
1	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya mampu	0	Valid
2	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya kompeten	0	Valid
<i>Opportunity</i>			
1	Adanya peluang mendirikan usaha baru	0	Valid
2	Adanya peluang untuk menciptakan produk baru	0	Valid
3	Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru	0,025	Valid
<i>Resource Availability</i>			
1	Modal berupa uang untuk berusaha yang saya miliki	0,005	Valid
2	modal berupa aset untuk berwirausaha	0,001	Valid
3	Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha	0	Valid
4	Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha	0	Valid
<i>Social Environment</i>			
1	inspirasi dari tokoh- tokoh bisnis	0	Valid
2	keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan	0,001	Valid
3	kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan	0	Valid

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan yang diajukan kepada responden pada kuesioner valid adanya, sehingga seluruh butir pertanyaan akan diikutsertakan untuk penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Menurut Gumilar (2007) reliabilitas data untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan. Reliabilitas data dikatakan baik apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60, Santoso (2002, dalam Gumilar, 2007, p. 24). Tabel dibawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan:

Tabel 3
Uji Reliabilitas Entrepreneurial motivation

Indikator	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Need for Achievement</i>	0,76	Reliabel
<i>Desire for Wealth</i>	0,862	Reliabel
<i>Locus of Control</i>	0,796	Reliabel
<i>Independence</i>	0,796	Reliabel
<i>Passion</i>	0,719	Reliabel
<i>Self Efficacy</i>	0,858	Reliabel
<i>Opportunity</i>	0,867	Reliabel
<i>Resource Availability</i>	0,751	Reliabel
<i>Social Environment</i>	0,681	Reliabel
<i>Entrepreneurial Motivation</i>	0,888	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dinyatakan bahwa semua variabel yang digunakan reliabel dan layak pakai untuk analisis lebih lanjut, dikarenakan semua data yang ada memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6.

Analisa Statistik Deskriptif

Analisa Statistik Deskriptif Entrepreneurial Motivation Tabel 4

Statistik Deskriptif Entrepreneurial Motivation

NO	Keterangan	N	Mean	Kategori	Std. Deviasi
1	<i>Need for Achievement</i>	68	3,87	Tinggi	0,86
2	<i>Desire for Wealth</i>	68	4,14	Tinggi	0,83
3	<i>Locus of Control</i>	68	4,175	Tinggi	0,77
4	<i>Independence</i>	68	4,045	Tinggi	0,71
5	<i>Passion</i>	68	3,88	Tinggi	0,79
6	<i>Self Efficacy</i>	68	3,95	Tinggi	0,82
7	<i>Opportunity</i>	68	3,67	Sedang	0,86
8	<i>Resource Availability</i>	68	3,69	Sedang	0,88
9	<i>Social Environment</i>	68	3,28	Sedang	0,88
Rerata		68	3,86	Tinggi	0,82

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa *entrepreneur* di Jawa Timur memiliki tingkat *Entrepreneurial Motivation* yang tergolong tinggi dengan rata-rata 3,86. Sementara indikator dengan *mean* paling tinggi adalah *locus of control*, sedangkan indikator dengan *mean* paling rendah adalah *social environment*. Dengan rerata *entrepreneurial motivation* yang berada pada kategori tinggi, hal ini membuktikan tingginya tingkat motivasi yang dimiliki oleh *entrepreneur* di Jawa Timur dalam mendirikan dan mengembangkan usahanya. Hal ini dipertajam dengan teori menurut Gartner, Bird dan Starr (1992 dalam Locke dan Baum, 2007, p.93) menyebutkan bahwa ciri-ciri dari *Entrepreneurial Motivation* adalah kekuatan yang mengendalikan para *entrepreneur* baru dalam menjalankan dan mengembangkan perusahaannya.

Nilai standar deviasi dengan nilai terbesar dimiliki oleh indikator *Resource Availability* dan *Social Environment* dengan nilai 0,88, sedangkan nilai terendah adalah milik indikator *independence*. Hal ini membuktikan bahwa jawaban responden akan kuesioner yang diberikan adalah merata.

Analisa Statistik Deskriptif Kinerja Bisnis

Pada bagian ini akan dibahas mengenai statistik deskriptif kinerja bisnis melalui indikator aspek sumber daya manusia dan aspek pemasaran. Penilaian aspek pemasaran dapat dilihat melalui beberapa item seperti *targeting* dan bauran pemasaran, sedangkan untuk indikator aspek sumber daya manusia, dilihat dari jumlah karyawan, besaran gaji dan jumlah jam kerja. Dari beberapa item tersebut, semuanya mengalami perubahan dari masa awal berdiri dan masa saat ini. Pertumbuhan-pertumbuhan tersebut mengisyaratkan adanya pertumbuhan dalam kinerja bisnis responden. Ada beberapa item yang paling menonjol dalam menunjukkan kinerja pertumbuhannya, seperti pada item penentuan target pasar dimana pertumbuhan mencapai 35%.

4.KESIMPULAN

Tabel 5

Statistik Deskriptif Kinerja Bisnis Item Penentuan Harga

Penentuan target pelanggan pada awal berdiri	Frekuensi	Persentase	Penentuan target pelanggan pada saat ini	Frekuensi	Persentase
Belum ditetapkan	34	50	Belum ditetapkan	10	14,7
Sudah ditetapkan	34	50	Sudah ditetapkan	58	85,3
Total	68	100	Total	68	100

sedangkan item terbesar kedua yang mengalami pertumbuhan adalah perbaikan produk yang dihasilkan dimana mencapai 26,5%.

Tabel 6

Statistik Deskriptif Kinerja Bisnis Item Kualitas Produk

Produk yang dihasilkan pada awal berdiri	Frekuensi	Persentase	Produk yang dihasilkan pada saat ini	Frekuensi	Persentase
Sudah ada di pasar	51	75,0	Sudah ada di pasar	33	48,5
Lebih baik dari yang ada di pasar	8	11,8	Lebih baik dari yang ada di pasar	26	38,2
Baru/belum pernah ada	9	13,2	Baru/belum pernah ada	9	13,2
Total	68	100	Total	68	100

Ada beberapa item yang tidak bisa dikategorikan apakah mengalami pertumbuhan kinerja atau tidak seperti pada item penentuan harga atau pemberian diskon.

Cross Tabulation *Entrepreneurial Motivation* dengan Kinerja Bisnis

Pada bagian ini akan dibahas mengenai langkah *cross-tabulation* yang dilakukan terhadap dua variabel penelitian, yaitu pada *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis, agar bisa digambarkan mengenai *entrepreneurial motivation* dan pertumbuhan kinerja bisnis pada awal berdiri dan saat ini. Hasil dari *cross-tabulation* yang sudah dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS, menunjukkan *entrepreneurial motivation* dan penentuan target mengalami peningkatan paling tinggi sesuai dengan tingkatan kategori *entrepreneurial motivation* responden.

Tabel 7

Cross Tabulation *entrepreneurial motivation* dan Kinerja Bisnis item penentuan target pelanggan

<i>Entrepreneurial Motivation</i>	Penentuan Target Pelanggan					
	Pada Awal Berdiri			Pada Saat Ini		
	Belum ditetapkan	Sudah ditetapkan	Total	Belum ditetapkan	Sudah ditetapkan	Total
Rendah	1.0	0.0	1.0	0.0	1.0	1.0
Sedang	9.0	10.0	19.0	5.0	14.0	19.0
Tinggi	24.0	24.0	48.0	5.0	43.0	48.0
Total	34.0	34.0	68.0	10.0	58.0	68.0

Hal ini menggambarkan bahwa responden dengan *entrepreneurial motivation* tinggi memiliki hasrat yang lebih tinggi untuk bisa menentukan target pelanggannya, penentuan target pelanggan, dengan adanya penentuan target pelanggan maka produsen bisa lebih memfokuskan produknya untuk disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Dari hasil analisa deskriptif variabel *Entrepreneurial Motivation* dapat diketahui bahwa variabel *Entrepreneurial Motivation* dengan nilai paling tinggi adalah indikator *locus of control* dengan nilai sebesar 4,175. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi terkuat *entrepreneur* UMK di Jawa Timur dalam mendirikan usaha adalah kepercayaan terhadap dirinya sendiri bahwa tindakan atau karakteristik mereka akan mempengaruhi hasil dari apa yang telah dan akan mereka lakukan. Sementara nilai terendah untuk variabel *Entrepreneurial Motivation* terdapat pada indikator *social environment* hal ini menunjukkan bahwa motivasi yang didapatkan *entrepreneur* Responden dari lingkungan sekitarnya memiliki dampak paling kecil dalam pengambilan keputusan untuk memulai usaha.

Dari hasil analisa deskriptif kinerja bisnis dapat diketahui bahwa, kinerja bisnis Responden telah mengalami perkembangan. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan pada aspek pemasaran dan aspek sumber daya manusia. Penilaian peningkatan aspek pemasaran dapat dilihat dari bertambahnya cara-cara dalam melakukan produksi, perbaikan kualitas produksi, penambahan jangkauan distribusi, metode yang dipakai dalam mendistribusikan produk dan penentuan target pelanggan, sementara dalam aspek sumber daya manusia, peningkatan dapat terlihat dari bertambahnya jumlah karyawan untuk melakukan produksi dan besaran upah kerja untuk para karyawan

Dari hasil analisa *cross-tabulation* antara *entrepreneurial motivation* dengan kinerja bisnis, dapat dilihat bahwa terjadi beberapa perubahan dalam kinerja bisnis pada awal berdiri dan saat ini, dimana responden dengan *entrepreneurial motivation* tinggi mengalami peningkatan paling besar apabila dibandingkan dengan responden dengan kategori *entrepreneurial motivation* sedang maupun rendah, item yang menunjukkan perubahan paling besar pada responden dengan *entrepreneurial motivation* tinggi adalah pada item penentuan target pelanggan.

Daftar Pustaka

- Baum, J.R., Michael Frese, Robert A. Baron. *The Psychology of entrepreneurship*. (2007). Access Date: Apr 07. 2013. Retrieved from: <http://books.google.co.id/books?id=pkO_AyZ33WcC>
- Fuad, M., Christin, H., Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F. *Pengantar Bisnis*. 2006. Access Date: Apr 19. 2013 <<http://books.google.co.id/books?id=EVfWJ7nbd-kC>>
- Gumilar, Ivan. *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. 2007. Access Date: Apr 19. 2013. Retrieved from: <http://books.google.co.id/books?id=ln8_EO_Te-vsC>
- Heller Robert. (2003). *Andrew Grove*. (Irzam Hardiansyah, trans). Jakarta: Erlangga. . Access Date: July 09. 2013 Retrieved from: <<http://books.google.co.id/books?id=m5aSETcB Wd8C>>
- Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., Shepherd, Dean A. (2008) *Kewirausahaan* (ed. 7). Access Date: July 09, 2013, . Retrieved from:

<<http://books.google.co.id/books?id=ILM83Wyt6SYC>>

Husein Umar. 2005. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Access Date: Apr. 21. 2013. Retrieved from:

<<http://books.google.co.id/books?id=IpijCXXnIdQC>>

Morales-Gualdron, Silvia T., Gutierrez-Gracia, Antonio, Dobon, Salvador R., (2009, July). The entrepreneurial motivation in academia: a multidimensional construct. *International Entrepreneur Management Journal*. 5, 301-317.

Sarwono, Jonathan. *Pintar Menulis Karya Ilmiah - Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*. (2010).

Access Date: Apr 9. 2013. Retrieved from:

<<http://books.google.co.id/books?id=kaKXXKr0hQ80C>>.

Shane, Scott, Locke, Edwin A., Collins, Christopher J., (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*. 13, 257-279.