

ENTREPRENEURIAL MOTIVATION PENGUSAHA SEKTOR FORMAL DAN SEKTOR INFORMAL DI JAWA TIMUR

Bobby Darian Wibowo dan R.R. Retno Ardianti

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: jublink@hotmail.com; retnoa@petra.ac.id

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan Entrepreneurial Motivation dan Inovasi Produk pada 83 responden pelaku Usaha Mikro dan Kecil sektor informal di wilayah Jawa Timur dengan pendekatan deskriptif kuantitatif menggunakan analisa statistik deskriptif berupa mean dan uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelaku usaha memiliki Entrepreneurial Motivation yang tinggi. Pada setiap indikator Entrepreneurial Motivation, motivasi tertinggi terdapat pada indikator locus of control disusul dengan desire for wealth. Sedangkan motivasi yang berhubungan dengan kecenderungan responden untuk meniru tokoh bisnis yang mereka idolakan adalah dorongan yang paling rendah. Setelah dilakukan Uji T tidak terdapat perbedaan antara pengusaha sektor formal dan sektor informal akan tetapi indikator opportunity mempunyai selisih nilai yang paling tinggi antara pengusaha sektor formal dan sektor informal.

Kata Kunci - entrepreneurial motivation, opportunity, sektor formal dan informal

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah suatu hal yang dibutuhkan oleh tiap negara, tak terkecuali Indonesia. Kewirausahaan memiliki peran yang sangat vital dalam perkembangan ekonomi yang meliputi lebih dari sekedar peningkatan output dan pendapatan per-kapita. Oleh karena itu pemerintah harus menjalankan perannya sebagai mediator dan regulator untuk mendukung terciptanya wirausahawan – wirausahawan. Dengan adanya wirausahawan akan berdampak pada semakin luasnya penambahan lapangan pekerjaan dan hal ini tentunya akan menekan dan mengurangi angka pengangguran.

Bygrave (1994) mengatakan bahwa aktivitas kewirausahaan tidak memiliki ciri-ciri kepribadian tertentu, tetapi wirausaha adalah orang yang menciptakan kepribadian organisasi dalam mengejar kesempatan yang diberikan kepadanya untuk mencakup visi yang dia inginkan. (Dalam Kobia & Sikalieh 2010). Aktivitas kewirausahaan juga merupakan maksimalisasi keuntungan dalam target pasar dan sumber daya dengan gagasan utama untuk menghasilkan pertumbuhan dan inovasi (Stevenson dan Gumpert 1991) yang diberikan. Untuk memahami kewirausahaan yang lebih baik, Cuervo dkk. (2007) menyatakan bahwa itu adalah proses yang lebih baik dimana individu pada mereka sendiri atau dalam sebuah organisasi memanfaatkan peluang dan kewirausahaan mempengaruhi semua organisasi baik besar atau kecil, lama atau baru.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Indonesia memiliki jumlah pekerja informal terbesar dibandingkan dengan negara-negara berkembang lainnya seperti Thailand (55%), Cina (51%), dan Malaysia (31%) yakni sebanyak 63% dari total pekerja. Organisasi Buruh Internasional (ILO) juga menyatakan bahwa hampir 50% pertumbuhan perekonomian negara berkembang bergantung pada sektor informal. (Editorial Bisnis, 13 Maret 2013).

Pertumbuhan *entrepreneur* di Indonesia juga dapat dilihat dari pertumbuhan usaha mikro dan kecil yang sepanjang tahun 2010-2011 bertumbuh 2,54% dan 4,98% serta mampu menyerap tenaga kerja sebanyak kurang lebih 99 juta jiwa dan terus mengalami peningkatan. Per Agustus 2011, di Jawa Timur jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor formal meningkat. Peningkatan jumlah orang yang bekerja per Agustus 2011, terjadi pada Sektor Industri (141,45 ribu orang), Sektor Perdagangan, Rumah Makan dan Jasa Akomodasi (11,63 ribu orang), dan Sektor Lainnya yang terdiri dari Sektor Pertambangan, Listrik, Gas dan Air, Konstruksi, Keuangan (229,56 ribu orang). Sedang penurunan terjadi pada Sektor Pertanian (696,81 ribu orang) dan Sektor Jasa Kemasyarakatan (151,51 ribu orang). Dibandingkan dengan keadaan Februari 2011, jumlah penduduk yang bekerja pada sektor formal pada Agustus 2011 mengalami peningkatan sebesar 405,57 ribu orang (7.2%)., sedangkan penduduk yang bekerja pada sektor informal turun sebesar 871,25 ribu orang (6.35%) (*Lensa Diskop Jatim, 9 Maret 2013*)

Pada wilayah Jawa Timur para *entrepreneur* juga menunjukkan kinerja yang positif, Hal itu ditandai dengan kondisi perekonomian yang lebih banyak ditopang oleh sektor usaha mikro dan kecil. Pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur saat ini menyentuh angka 7,22% ternyata tidak lepas dari peran UMKM. Tingginya angka pertumbuhan ekonomi di Jatim tersebut secara otomatis berdampak langsung pada penurunan jumlah penduduk miskin di Jawa Timur. Karena pelaku koperasi dan usaha kecil di Jawa Timur berawal dari masyarakat tidak mampu namun memiliki semangat berwirausaha dan kerja keras. Program UMKM mampu menurunkan kemiskinan di Jawa Timur hingga 2,83 persen. Atau menyumbang 37 persen angka penurunan kemiskinan nasional. Dari PDRB Jatim 2009 sebesar Rp 687 triliun, diketahui 53,04% di antaranya dari UMKM atau sebesar Rp 362 triliun, sedangkan 1,9% lainnya dari sektor koperasi. Faktor lain yang menunjukkan kemajuan *entrepreneurship* di Jawa Timur adalah dengan menguatnya daya beli masyarakat yang mengakibatkan peningkatan kapasitas produksi yang terekam pada survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia pada triwulan IV tahun 2012. Melalui Survei Kegiatan

Dunia Usaha tersebut kapasitas produksi wilayah Jawa Timur terpakai sebesar 75,66 persen dan diprediksi terus mengalami peningkatan. (Lensa Diskop Jatim, 9 Maret 2013).

Ketika pengusaha dalam memulai bisnisnya baik di sektor formal dan sektor informal, pasti ada motivasi yang melandasinya. *Entrepreneurial motivation* menjelaskan mengapa seseorang memulai suatu bisnis atau apa yang menjadi dasar seorang memulai suatu bisnis tersebut (Kuratko dan Hudgetts, 2004).

Entrepreneurial motivation dapat dibagi menjadi enam kelompok, yaitu: *personal, opportunity, scientific knowledge, resource availability, incubator organization, social environment* (Morales-Gualdrón, Guitierrez-Gracia, Dobon, 2009). Motivasi kewirausahaan terdiri dari enam kelompok besar atau dimensi motivasi yaitu: personal, kesempatan wirausaha, pengetahuan, ketersediaan sumber daya, organisasi incubator dan lingkungan sosial. Keenam dimensi ini dibentuk oleh 13 komponen yaitu: *need for achievement, need for independence, desire for wealth, desire to apply knowledge, knowledge transference, financial, social network, production facilities, organizational barriers, supporting infrastructure, role models, attitudes towards entrepreneurship*. Dari 13 dimensi tersebut, hanya 9 dimensi yang diteliti dalam penelitian ini yaitu, *Need for achievement, desire for wealth, locus of control, independence, passion, self efficacy, opportunity, resource availability, social environment*. Kemudian kesembilan dimensi ini diturunkan menjadi beberapa indikator dari setiap dimensi.

Research gap yang dapat dikemukakan oleh penulis adalah bahwa banyak penelitian terdahulu yang membahas tentang *entrepreneurial motivation* di berbagai negara khususnya di negara berkembang akan tetapi belum pernah ada penelitian mengenai perbedaan *entrepreneurial motivation* pada sektor formal dan sektor informal. Oleh karena itu penulis mencoba untuk menggambarkan dan juga melihat apakah ada perbedaan motivasi berwirausaha pada seluruh wirausahawan sektor formal maupun sektor informal yang ada di Jawa Timur.

Rumusan Masalah:

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah disampaikan di depan, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *entrepreneurial motivation* pada sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur?
2. Apakah terdapat perbedaan *entrepreneurial motivation* pada sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur?

Tujuan Penelitian:

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan gambaran *entrepreneurial motivation* pada sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui perbedaan *entrepreneurial motivation* pada sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur.

1. Hebert & Link (1988: 21) mendefinisikan wirausaha adalah seseorang yang terlibat dalam pertukaran untuk keuntungan. Dia adalah seseorang yang melaksanakan keputusan bisnis dalam menghadapi ketidakpastian. (Dalam William & Nadin 2012)
2. Coulter (2001) mendefinisikan wirausaha adalah proses dimana seorang individu atau kelompok individu menggunakan upaya terorganisir dan sarana untuk mengejar peluang untuk menciptakan nilai dan tumbuh dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan, tidak peduli apa sumber daya yang saat ini dikendalikan. (Dalam Kobia & Sikalieh 2010)
3. Suryana(2006) mendefinisikan wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses
4. Zimmerer(2008) mendefinisikan wirausaha adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan.
5. Kuratko & Hodgetts(2007) mendefinisikan wirausaha adalah seseorang dalam proses inovasi dan pembuatan usaha baru yang menggunakan gabungan antara empat dimensi major yaitu individual, organisasional, lingkungan dan proses. Semua keempat hal ini dibantu oleh kolaborasi jaringan antara pemerintah, pendidikan dan institusi.

Dalam penelitian ini penulis memilih untuk menyimpulkan dari ke lima pengertian teori menurut para ahli, bahwa seorang wirausaha adalah seseorang yang mau mengambil resiko, mempunyai keterampilan dan kreativitas untuk menuju suatu kesuksesan.

Pengertian Sektor Informal

1. Castells & Portes, (1989); Feige (1990) mendefinisikan ekonomi informal sebagai himpunan kegiatan ilegal belum sah (dengan beberapa kelompok besar) melalui mana aktor mengenali dan memanfaatkan peluang (Dalam Webb, Tihanyi, Ireland & Sirmon 2009)
2. (European Commission, 1998; Portes, 1994; Renooy *et al.*, 2004; Small Business Council, 2004; Thomas, 1992; Williams and Windebank, 1998) Sektor informal mengacu pada produksi dibayar dan penjualan barang dan jasa yang tidak terdaftar oleh atau tersembunyi dari negara untuk pajak dan / atau tujuan manfaat, tapi yang legal dalam segala hal lain. (Dalam Williams 2007)

3. (European Commission, 1998; Evans et al., 2006; Katungi et al., 2006; Marcelli et al., 1999; OECD, 2000a,b, 2002; Renooy et al., 2004; Portes, 1994; Thomas, 1992; Venkatesh, 2006; Volkov, 2002; Webb et al., 2009; Williams and Windebank, 1998). Sektor informal didefinisikan sebagai usaha yang melibatkan transaksi moneter tidak menyatakan kepada negara untuk tujuan pajak dan / atau manfaat ketika mereka harus dinyatakan tetapi hukum dalam semua hal lain. (Dalam Williams & Nadin 2012)
4. Nichter & Goldmark, (2009), Perusahaan informal dapat didefinisikan sebagai bisnis yang tidak terdaftar tetapi memperoleh pendapatan dari produksi barang dan jasa hukum. (Dalam Bruton, Ireland & Ketchen 2012)

Sektor Formal

Sektor formal adalah sektor dimana pekerjaan didasarkan atas kontrak kerja yang jelas dan pengupahan diberikan secara tetap atau kurang lebih permanen. Pekerjaannya dapat digolongkan terampil dan berpendidikan. Berdasarkan ciri-cirinya sektor formal memilih ciri unit produksi yang digolongkan biasanya bermodal besar (sering kali asing), pemilikan usaha sering kali berupa korporasi (bukan hanya satu individu saja) bahkan juga konglomerat, berskala besar, berteknologi tinggi, dan beroperasi di pasar internasional (Saptari dan Holzner, 1997).

Bidang usaha formal memiliki karakteristik sebagai berikut :

- Memiliki izin resmi dari pemerintah dalam menjalankan usaha.
- Membutuhkan modal kerja yang relatif besar.
- Adanya kewajiban dalam membayar pajak.
- Secara umum keuntungan yang diperoleh relatif besar.
- Pembukuan dilakukan secara teratur karena memiliki transaksi yang banyak dan perlu dianalisis.
- Kegiatan usaha lebih banyak dilakukan di daerah perkotaan.
- Melaksanakan sistem administrasi dan manajemen yang baik.

Pelaku dalam usaha sektor formal dapat berbentuk firma, perseroan komanditer, PT dan usaha lainnya yang memerlukan ijin.

Faktor pendorong dalam Entrepreneurial Motivation

1. McClelland (1971) Mengemukakan faktor pendorong motivasi wirausaha yaitu: berpendapat bahwa ada tiga faktor pendorong motivasi yang mempengaruhi perilaku dan sikap pekerja: kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan afiliasi, dan kebutuhan kekuasaan. (Lawrence & Jordan 2009)
2. Menurut (Omar, 2011) ada 2 faktor yang mempengaruhi entrepreneurial motivation yaitu *push* dan *pull factors*. Banyak literatur berfokus pada dua kelompok, mereka disebut sebagai *push* dan *pull* faktor (de Freitas, 1991). Menurut Porter

dan Rumbaut (1996), faktor pendorong adalah orang-orang yang menghalangi masuknya atau membatasi kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang normal di pasar pekerjaan utama sehingga memaksa imigran baru ke wirausaha.

a. *Push factors*

Untuk imigran dan etnis minoritas wirausaha adalah kesempatan untuk melarikan diri banyak kelemahan yang satu dapat hadapi dalam pasar tenaga kerja di negara tuan rumah. Teori Kerugian (Light, 1979) menunjukkan bahwa upah rendah, pengangguran merajalela dan setengah pengangguran, kelangkaan kebutuhan dasar kehidupan, dan iklim politik yang represif yang mengakibatkan diskriminasi pasar tenaga kerja dapat mendorong kelompok-kelompok etnis untuk berwirausaha. Pendekatan ini melihat kelompok imigran sebagai didorong ke wirausaha diberikan pengembalian calon rendah dalam pekerjaan upah/gaji, karena diskriminasi, hambatan bahasa, pendidikan atau pelatihan yang tidak kompatibel, dan jalur promosi diblokir (Bates, 1997).

b. *Pull factors*

Wirausaha tampil lebih menarik daripada sektor upah dan gaji karena imigran dan minoritas merasa itu menjanjikan penghasilan yang lebih tinggi, meningkatkan reputasi profesional, rasa yang lebih besar kemerdekaan, dan jadwal yang fleksibel untuk mengakomodasi kebutuhan keluarga (Sanders dan Nee, 1996). Selain itu, wirausaha sering dipandang sebagai pendekatan yang paling tepat untuk mencapai mobilitas dan cara untuk mempercepat adaptasi sosial ekonomi dan kemajuan (de Freitas, 1991).

3. Menurut (Shane et al 1991; Birley dan Westhead 1994; Dubini 1988; Carter et al 2003; Shane et al. 2003; Segal et al. 2005) ada beberapa faktor yang mempengaruhi entrepreneurial motivation yaitu (dalam Morales-Gualdrón, Gutiérrez-Gracia & Dobón, 2009):

a. *Personal*

Kebutuhan untuk berprestasi mengacu pada keinginan untuk melakukan tugas-tugas sulit dan menantang (McClelland 1961). Doutriaux dan Peterman (1982) menemukan bahwa kebosanan dengan rutinitas kehidupan akademis adalah salah satu alasan utama untuk memulai suatu usaha. Kebutuhan untuk mandiri dan berdikari adalah fitur dari kepribadian pengusaha dan mengacu pada keinginan individu untuk mampu merencanakan pekerjaan sendiri dan membuat keputusan sendiri (Gartner 1988; Shane et al 2003; Cassar 2007). Keinginan untuk menjadi kaya adalah salah satu tujuan tradisional dikaitkan dengan pengusaha (Birley dan Westhead 1994, Shane 2004; Cassar 2007).

b. *Opportunity*

Peluang wirausaha merupakan elemen kunci dalam proses penciptaan perusahaan (Shane dan

Venkataraman 2000). Identifikasi peluang wirausaha dapat menjadi peristiwa yang memicu keputusan untuk membuat perusahaan.

c. *Scientific knowledge*

Perkembangan ilmu pengetahuan adalah salah satu motivasi utama peneliti selama pengembangan karir mereka (Etzkowitz 1998). Kesulitan dalam transfer teknologi ke industri adalah unsur penting dalam keputusan untuk membuat suatu perusahaan (Doutriaux dan Dew 1992; Weatherston 1995). Mengingat keunggulan masalah ini, dimensi dari model menganggap sebagai subdimensi: keinginan untuk menerapkan pengetahuan ilmiah, dan transfer pengetahuan.

d. *Resource availability*

Mendirikan perusahaan melibatkan investasi dari berbagai jenis sumber daya, sehingga ketersediaan sumber daya adalah elemen penting dalam keputusan dan pengaruh persepsi terwujudnya pengembangan proyek (Gartner 1988; Radosevich 1995). Jika pengusaha akan merasakan kesempatan wirausaha, tetapi tidak memiliki sumber daya untuk memanfaatkan itu dan tidak ada potensi sumber pasokan di lingkungan, seperti perusahaan modal ventura, maka proyek akan sulit diwujudkan. Dengan demikian, analisis kami meliputi aspek-aspek yang berkaitan dengan ketersediaan sumber daya untuk menciptakan perusahaan yang diwakili oleh tiga subdimensi: sumber daya keuangan, jaringan sosial dan fasilitas produksi.

e. *Incubator organization*

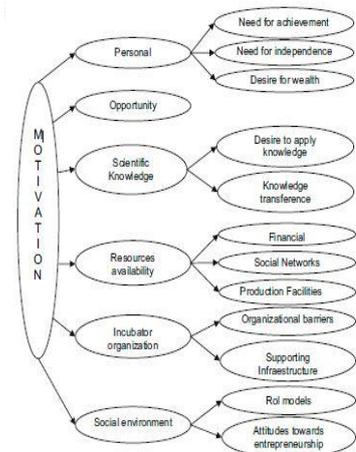
Inkubator adalah organisasi dimana pengusaha dipekerjakan sebelum memulai usaha baru (Cooper 1985). Organisasi inkubator ini tampaknya mempengaruhi proses pendirian, dan sifat dari perusahaan baru, dengan cara yang berbeda. Inkubator organisasi merupakan dimensi utama motivasi wirausaha. Hal ini dibentuk oleh dua subdimensi: hambatan organisasi dan infrastruktur pendukung. Yang pertama mengacu subdimensi untuk mendorong motivasi, seperti kebijakan promosi (berdasarkan publikasi ilmiah), hambatan birokrasi untuk pengembangan kegiatan wirausaha, ketidakstabilan pekerjaan, dan sebagainya. Subdimensi kedua meliputi pull motivation, misalnya pembentukan kebijakan yang memadai organisasi untuk promosi budaya wirausaha.

f. *Social networks*

Dalam dimensi social network unsur motivasi dalam lingkungan sosial pengusaha, yang dibentuk oleh dua subdimensi: model dan sikap terhadap wirausaha peran. Keberadaan pengusaha sukses baik dalam lingkungan keluarga maupun di wilayah tempat tinggal individu, dan sikap masyarakat terhadap penciptaan bisnis baru, adalah aspek yang mempengaruhi persepsi kelayakan dan keinginan untuk menciptakan sebuah perusahaan (Shapero 1984). Namun,

bukti tentang aspek tersebut langka dan kontradiktif. Autio dan Kauranen (1994) dalam penelitian mereka terhadap pengusaha akademik Finlandia menemukan bahwa motif tersebut tidak penting dalam keputusan untuk membuat perusahaan, sementara Ding dan Stuart (2006), dalam sebuah studi yang menyelidiki latar belakang sosial dari 917 peneliti AS, menemukan bahwa keberadaan model peran dalam jaringan sosial penemu positif dapat mempengaruhi kemungkinan untuk menciptakan sebuah perusahaan.

3. Lachman (1980, p. 110) Menjelaskan bahwa kombinasi antara motivasi berprestasi yang tinggi dengan motivasi afiliasi yang rendah dapat memfasilitasi perilaku wirausaha lebih dari kombinasi lainnya. Selain itu Baron and Markman, (2000); Zhao and Seibert, (2006) mengemukakan memiliki motivasi afiliasi rendah tidak berarti pengusaha kurang dalam keterampilan sosial. Keterampilan sosial yang tampaknya penting bagi keberhasilan wirausaha, karena keterampilan sosial umumnya diperlukan bagi pengusaha untuk meyakinkan orang lain untuk berinvestasi atau membeli produk atau jasa. (Dalam Decker & Weer, 2012)



Gambar 1. Model untuk studi motivasi kewirausahaan

Berkaitan dengan beberapa penjelasan mengenai faktor-faktor pendorong entrepreneurial motivation, penulis menyajikan gambar yang mendukung untuk teori entrepreneurial motivation dari (Shane et al 1991; Birley dan Westhead 1994; Dubini 1988; Carter et al 2003; Shane et al. 2003; Segal et al. 2005) ada beberapa faktor yang mempengaruhi entrepreneurial motivation (dalam Morales-Gualdrón, Gutiérrez-Gracia & Dobón, 2009)

Hipotesa :

H0 : Tidak ada perbedaan antara *Entrepreneurial Motivation* sektor formal sektor informal.

H1 : Ada perbedaan *entrepreneurial motivation* antara sektor formal terhadap dan sektor informal.

penulis mencoba untuk menggambarkan dan juga melihat apakah ada perbedaan motivasi berwirausaha pada

seluruh wirausahawan sektor formal maupun sektor informal yang ada di Jawa Timur. Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa wirausaha pada sektor formal memiliki entrepreneurial motivation yang lebih baik dibandingkan dengan wirausaha pada sektor informal.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2005). Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Dalam penelitian deskriptif, peneliti bisa saja membandingkan fenomena-fenomena tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2005).

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yaitu menggambarkan *entrepreneurial motivation* pengusaha sektor formal dan informal di Jawa Timur.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadikan objek penelitian (Kuncoro, 2003). Populasi (*population*) mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006). Dalam melakukan penelitian ini objek yang digunakan adalah sektor formal dan informal di Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan sektor formal dan informal di Jawa Timur.

Sampel

Sampel (*sample*) adalah sebagian dari populasi (Sekaran, 2006). Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah, tapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian.

Alasan untuk menggunakan, dan bukannya mengumpulkan data seluruh populasi adalah dalam investigasi penelitian yang melibatkan beberapa ratus dan bahkan ribuan elemen, secara praktis mustahil untuk mengumpulkan data, menguji, atau menelaah tiap elemen. Bahkan jika pun mungkin, hal tersebut akan terhalang faktor waktu, biaya, dan sumber daya manusia lainnya. Penelitian terhadap sampel dan bukan seluruh populasi kadang kala juga sangat mungkin menghasilkan hasil yang

lebih terpercaya. Hal tersebut sebagian besar karena kelelahan berkurang dan karena itu lebih sedikit kesalahan dalam mengumpulkan data, terutama ketika sejumlah elemen terlibat.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampling, responden yang dijadikan subyek penelitian sejumlah 185 wirausaha pada sektor formal dan informal di Jawa Timur.

Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran, 2006).

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, entah karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini kriteria yang ditetapkan berdasarkan karakteristik :

1. Usaha mikro dan kecil di daerah Jawa Timur
2. Usaha yang dikelola beroperasi lebih dari 1 tahun
3. Memiliki tenaga kerja sedikitnya 1 orang

Sumber data

Sumber primer

Data bisa diperoleh dari sumber primer. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2006).

Data yang diperoleh dengan menyebar kuesioner yang kemudian akan diproses lebih lanjut, agar menghasilkan informasi yang dapat membantu menyelesaikan masalah bagi penulis. Sumberdata primer dalam penelitian ini adalah pelaku usaha atau wirausaha dari sektor formal dan informal di Jawa Timur.

Metode pengeumpulan data merupakan bagian integral dari desain penelitian. Ada beberapa metode pengumpulan data, masing-masing dengan kelebihan dan kekurangannya. Masalah yang diteliti dengan penggunaan metode yang tepat sangat meningkatkan nilai penelitian. Mewawancara, memberikan kuesioner, dan mengobservasi orang dan fenomena adalah tiga metode pengumpulan data yang utama dalam penelitian survei (Sekaran, 2006).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner secara langsung. Kuesioner (*questionnaires*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. Kuesioner dapat diberikan secara pribadi, disuratkan kepada responden, atau disebarakan secara elektronik.

Dalam penelitian ini, kuesioner diberikan secara pribadi, dan jenis kuisisioner dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup. Kuisisioner tertutup yaitu kuisisioner yang setiap pertanyaannya telah dipikirkan sejumlah jawaban. Dalam pengisian kuisisioner, penulis akan memandu responden dalam mengisi kuisisioner agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pengisian kuisisioner dan juga sekaligus memantau keseriusan responden dalam mengisi kuisisioner.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi lapangan dengan menggunakan kuisisioner berisi pertanyaan mengenai variabel-variabel yang diteliti (variabel *Entrepreneurial Motivation* dan Inovasi Produk) dan studi kepustakaan dengan membaca buku-buku dan tulisan yang berhubungan dengan topik penelitian. Populasi dan Sampel Populasi

Identifikasi Variabel Penelitian beserta Operasional Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel *Entrepreneurial Motivation* atau motivasi berwirausaha melibatkan motivasi yang diarahkan pada tujuan kewirausahaan (tujuan yang melibatkan kesadaran dan eksploitasi peluang bisnis). *Entrepreneurial Motivation* meliputi beberapa indikator yaitu:

- Personal:

1. *Need for achievement*, diukur dengan item:

- Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain
- Menaklukkan tantangan/hambatan dalam kehidupan
- Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu

2. *Deire for wealth*, diukur dengan item:

- Keinginan untuk memperoleh kekayaan
- Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah saya keluarkan

3. *Locus of control*, diukur dengan item:

- Kepercayaan bahwa nasib saya ditentukan oleh usaha saya sendiri
- Kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup saya

4. *Independence*, diukur dengan item:

- Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain
- Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup

5. *Passion*, diukur dengan item:

- Ambisi menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup
 - Kecintaan terhadap bidang yang digeluti
 - Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide

6. *Self-efficacy*, diukur dengan item:

- Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya mampu

7. *Opportunity*, diukur dengan item:

- Adanya peluang mendirikan usaha baru
- Adanya peluang untuk menciptakan produk baru

- Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru

8. Resources Availability:

diukur dengan item:

- Modal berupa uang untuk berusaha yang saya miliki
- Modal berupa aset untuk berwirausaha
- Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha
- Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha

9. Social environment:

diukur dengan item:

- Inspirasi dari tokoh-tokoh bisnis
- Keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan
- Kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan

Pengukuran *Entrepreneurial motivation*

Entrepreneurial motivation diukur dari tingkat persetujuan (skor 1-5). Dalam kategori motivasi berwirausaha, skala pengukuran yang digunakan adalah:

Tabel 1. Bobot dan Kategori Pengukuran data

Kategori	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Teknik Analisa Data

Sebelum dilakukan proses teknik analisis data, dilakukan terlebih dahulu yaitu uji validitas dan uji reliabilitas sehingga data yang akan diolah dapat benar-benar valid.

Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk menguji apakah kuisisioner valid atau tidak. Uji validitas sebuah kuisisioner dapat dilakukan dengan menghitung kolerasi sacera parcial dari masing-masing indikator dengan total variabel yang diteliti. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas konstruk instrumen. Analisis item soal dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor item soal. Analisis item soal dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor item soal dengan skor total. Uji validitas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu:

- Apabila nilai kolerasi tersebut menunjukkan signifikansi ≤ 0.05 maka item-item pertanyaan tersebut dikatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya (Ghozali, 2009).
- Menggunakan R tabel, yaitu membandingkan nilai Pearson Correlation (baris pertama masing-masing indikator) dengan nilai R yang terdapat pada Tabel. Untuk sampel penelitian berjumlah 185, maka nilai R Tabel yang digunakan adalah

sebesar 0,164 (Ghozali, 2009). Uji validitas dilakukan dengan rumus korelasi pearson, yaitu :

Kuisisioner dinyatakan valid apabila nilai R Pearson harus lebih besar daripada nilai R tabel. Maka, kuisisioner dinyatakan valid apabila nilai R Pearson di atas angka 0,1207

$$R_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Uji Reliabilitas

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006), reliabilitas adalah uji yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dalam penelitian. Uji ini berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat tes (instrumen) yang berhubungan secara langsung dengan ketetapan hasil penelitian. Teknis pelaksanaan dari uji ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha*. Reliabilitas dijelaskan sebagai indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur (dalam hal ini adalah kuisisioner) yang digunakan dapat dipercaya dan diandalkan (konsisten), artinya apabila kuisisioner tersebut dinyatakan beberapa kali hasilnya tidak menyimpang jauh dari nilai rata jawaban responden untuk variabel tersebut.

Dalam analisis dengan program SPSS, reliabilitas pertanyaan berdasarkan pada nilai *Cronbach's Alpha*, dimana nilainya harus > 0,6 (jika > 0,6 maka alat ukur dinyatakan reliabel)

$$r = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left(\frac{1 - \sum s_j^2}{\sum s_x^2} \right)$$

Keterangan :

r = koefisien realibilitas angka

K = banyaknya item

s_j^2 = varians skor item

s_x^2 = varians skor total

Rancangan uji Hipotesis

Dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis yang akan menjelaskan perbedaan antara *entrepreneurial motivation* dari sektor formal dan sektor informal. Berikut hipotesis yang akan dibahas dalam penelitian ;

H0 : Tidak ada perbedaan antara *Entrepreneurial Motivation* sektor formal sektor informal.

H1 : Ada perbedaan *entrepreneurial motivation* antara sektor formal terhadap dan sektor informal.

Di dalam melakukan pengolahan dan analisis data, peneliti menggunakan bantuan program SPSS. Adapun tahapan pengolahan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Statistik Deskriptif

Menurut (Santoso, 2003) menyatakan bahwa suatu deskripsi atau penggambaran sekumpulan data secara visual dapat dilakukan dalam dua bagian yaitu dalam bentuk gambar atau grafik dan dalam bentuk tulisan. Tujuan dari statistik deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir M, 1998).

Metode pengolahan data yang digunakan menggunakan analisis statistik, yaitu analisis statistik deskriptif. Data-data yang terkumpul dibagi dalam beberapa kelompok yang dinyatakan atau diukur dalam:

Mean

Mean merupakan nilai rata-rata dari beberapa data. Mean dapat diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh nilai dari data yang ada kemudian dibagi dengan banyaknya data. Rumus *mean* menurut Umar (2001) adalah:

$$X = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

$\sum X_i$ = jumlah harga seluruh data

n = jumlah data

Mean digunakan untuk mengetahui kelompok mana yang dominan (ditunjukkan dari persentase tertinggi) dan sebaliknya (Cooper & Schindler, 2006).

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. statistik deskriptif merupakan suatu deskripsi atau penggambaran sekumpulan data secara visual dapat dilakukan dalam 2 bagian, yaitu dalam bentuk gambar atau grafik, maupun bentuk tulisan secara kuantitatif dengan tidak menyertakan pengambilan keputusan melalui hipotesis.

Dari tabel, maka mean yang didapatkan dari interval yang telah dihitung menggunakan rumus interval, maka penilaian yang dapat diberikan yaitu (Walpole, 2002):

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{3} \\ &= 1.33 \end{aligned}$$

Tabel 3. Klasifikasi Kategori Mean Berdasarkan Interval

No	Mean	<i>Eentrepneur Motivation</i>
1	$1 \leq \text{mean} < 2.33$	Rendah
2	$1.33 \leq \text{mean} < 3.66$	Sedang
3	$3.66 \leq \text{mean} < 4.99$	Tinggi

Uji T Variabel Bebas

Menurut Santoso (2003) Uji T (*T-test*) merupakan prosedur pengujian parametrik rata-rata dua kelompok data, baik untuk kelompok data terkait maupun dua kelompok bebas. Pada penelitian ini akan digunakan uji T independen dimana kelompok tersebut merupakan kelompok bebas.

Uji T dapat digunakan bila :

1. standar deviasi populasi (σ) diketahui, dan
2. jumlah sampelnya besar (> 30). Keterangan :

Bila nilai $p > \alpha$ maka variannya sama, namun bila nilai $p \leq \alpha$ maka variannya berbeda. Berikut di bawah ini merupakan rumus jika variannya sama :

$$t = \frac{x_a - x_b}{s_p \sqrt{\left(\frac{1}{n_a}\right) + \left(\frac{1}{n_b}\right)}} \quad \text{dimana} \quad S_p^2 = \frac{(n_a - 1)S_a^2 - (n_b - 1)S_b^2}{n_a + n_b - 2}$$

$$df = N_a + N_b - 2$$

Keterangan :

X = rata-rata kelompok

Sp = standar deviasi gabungan

S = standar deviasi kelompok

N = banyaknya sampel pada kelompok

Df = *degree of freedom*

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana indikator dalam kuesioner dapat mengukur konsep yang diinginkan. Untuk mengukur validitas digunakan korelasi *signifikansi*. Jika korelasi *signifikansi* antara masing-masing pertanyaan dengan skor total lebih kecil dari 0.05 (maka item pertanyaan (indikator) tersebut dapat dinyatakan valid. Berikut adalah hasil pengujian validitas masing-masing item pertanyaan pada variabel *Need for achievement, desire for wealth, locus of control, independence, passion, self efficacy, opportunity, resource availability, social environment*.

Tabel 2. Uji Validitas

Indikator	Item	Signifikasi	r pearson	Keterangan
<i>Need for achievement</i>	1	0,000	0.848	Valid
	2	0,000	0.814	Valid
	3	0,000	0.786	Valid
<i>Desire for wealth</i>	1	0,000	0.938	Valid
	2	0,000	0.917	Valid
<i>Locus of control</i>	1	0,000	0.914	Valid
	2	0,000	0.912	Valid
<i>Independence</i>	1	0,000	0.903	Valid
	2	0,000	0.898	Valid
<i>Passion</i>	1	0,000	0.806	Valid
	2	0,000	0.867	Valid
	3	0,000	0.856	Valid
<i>Self efficacy</i>	1	0,000	0.951	Valid
	2	0,000	0.943	Valid
<i>Opportunity</i>	1	0,000	0.877	Valid
	2	0,000	0.894	Valid
	3	0,000	0.888	Valid
<i>Resource availability</i>	1	0,000	0.734	Valid
	2	0,000	0.758	Valid
	3	0,000	0.786	Valid
	4	0,000	0.667	Valid
<i>Social environment</i>	1	0,000	0.868	Valid
	2	0,000	0.883	Valid
	3	0,000	0.500	Valid

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan pada indikator *resource availability* menghasilkan nilai *signifikansi* yang lebih kecil dari 0.05 ($\alpha=5\%$), sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan tersebut valid dan dapat digunakan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *cronbach's alpha*.

Jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.6, maka kuesioner dinyatakan reliabel. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas pada kuesioner dalam penelitian ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Indikator	Cronbac's Alpha	Keterangan
<i>Need for achievement</i>	0.743	reliabel
<i>Desire for wealth</i>	0.834	reliabel
<i>Locus of control</i>	0.800	reliabel
<i>Independent</i>	0.767	reliabel
<i>Passion</i>	0.793	reliabel
<i>Self Efficacy</i>	0.884	reliabel
<i>Opportunity</i>	0.863	reliabel
<i>Resource Availability</i>	0.712	reliabel
<i>Social environment</i>	0.649	reliabel

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *cronbach's alpha* pada setiap variabel penelitian nilainya lebih besar dari 0.60, dengan demikian item-item pertanyaan yang mengukur setiap variabel penelitian dapat dinyatakan memenuhi syarat reliabilitas.

Analisis Deskriptif

Berikut ini akan dijelaskan deskripsi profil responden dan deskripsi jawaban responden pada masing-masing indikator pertanyaan pada kuisisioner penelitian.

Deskriptif Jawaban Responden

Pada deskripsi jawaban responden akan dijelaskan jawaban responden yaitu pengusaha mikro di Jawa Timur mengenai variabel-variabel penelitian yaitu *Need for achievement, desire for wealth, locus of control, independence, passion, self efficacy, opportunity, resource availability, social environment*. Deskripsi jawaban responden dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) jawaban dari masing-masing pertanyaan dan secara keseluruhan. Untuk mengkategorikan rata-rata jawaban responden digunakan interval kelas yang dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{3} = 1,33$$

Dengan interval kelas kemudian disusun kriteria rata-rata jawaban responden yang disajikan pada Tabel di bawah ini:

Tabel 4. Kategori Rata-Rata Jawaban Responden

Interval	Kategori
$3.66 < a \leq 4.99$	Tinggi (T)
$2.33 < a \leq 3.66$	Sedang (S)
$1 < a \leq 2.33$	Rendah (R)

Need for Achievement

Berikut adalah rata-rata (*rata-rata*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada variabel *Need of Achievement*:

Tabel 5. Rata-Rata Jawaban Responden Pada Need For Achievement

No	Need for Achievement	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain	3.64	S	3.64	S
2	Menaklukkan tantangan/hambatan dalam kehidupan	3.98	T	3.95	T
3	Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu	4.17	T	4.01	T
Keseluruhan		3.93	T	3.87	T

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada *Need for Achievement* untuk sektor formal adalah sebesar 3.93 sedangkan untuk sektor informal adalah sebesar 3.87. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan untuk berprestasi, menaklukkan tantangan serta membuktikan bahwa ia mampu dari pengusaha mikro sektor formal lebih tinggi jika dibandingkan dengan sektor informal.

Pada *Need for achievement*, dapat diketahui bahwa item ketiga pada wirausaha sektor formal memiliki mean yang lebih tinggi yaitu sebesar 4.17 dibanding wirausaha sektor informal yaitu sebesar 4.09 yang berhubungan dengan kemampuan untuk membuktikan akan melakukan sesuatu untuk kemajuan usahanya. Rata-rata terendah pada *Need for achievement* terletak pada item pertama dengan rata-rata sebesar 3.64, hal ini menunjukkan bahwa keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain merupakan motivasi terendah dari wirausaha sektor formal dan wirausaha sektor informal.

Menurut McClland (1961, dalam Shane, Locke dan Collins, 2003) semakin tingginya tingkat *need for achievement* pada wirausaha, dianggap lebih mampu dalam mengerjakan pekerjaan dengan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang memiliki *tingkat need for achievement* rendah. **Desire for Wealth**

Berikut adalah rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada *Desire for wealth*:

Tabel 6. Rata-Rata Jawaban Responden Pada *Desire for wealth*

No	Desire for Wealth	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	Keinginan untuk memperoleh kekayaan	4.08	T	4.07	T
2	Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah saya keluarkan	4.26	T	4.23	T
Keseluruhan		4.17	T	4.15	T

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada *Desire for wealth* untuk sektor formal adalah sebesar 4.17 sedangkan untuk sektor

informal adalah sebesar 4.15. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan untuk memperoleh kekayaan dan memperoleh hasil dari modal yang di keluarkan dari wirausaha sektor formal lebih tinggi jika dibandingkan dengan wirausaha sektor informal. Perbedaan tertinggi antara wirausaha sektor formal dan sektor informal adalah pada item kedua yaitu keinginan untuk memperoleh hasil modal yang telah dikeluarkan pada wirausaha sektor formal yaitu lebih besar sebesar 4.26 dan wirausaha sektor informal lebih kecil yaitu sebesar 4.23

Locus of Control

Berikut adalah rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada *Locus of Control*:

Tabel 7. Rata-Rata Jawaban Responden Pada Locus of Control

No	Locus of Control	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	Kepercayaan bahwa nasib saya ditentukan oleh usaha saya sendiri	4.11	T	4.07	T
2	Kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup saya	4.38	T	4.19	T
Keseluruhan		4.25	T	4.13	T

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada *Locus of Control* untuk sektor formal adalah sebesar 4.25 sedangkan untuk sektor informal adalah sebesar 4.13. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi *Locus of Control* dari usaha mikro sektor formal lebih tinggi jika dibandingkan dengan sektor informal, atau dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa wirausaha sektor formal yang berhubungan dengan motivasi yang berhubungan dengan kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup adalah lebih besar jika dibandingkan dengan motivasi yang berhubungan dengan anggapan bahwa nasib ditentukan oleh usaha dari pelaku Usaha mikro dan kecil itu sendiri. lebih tinggi dari sektor usaha informal.

Independence

Berikut adalah rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada *Independence*:

Tabel 8. Rata-Rata Jawaban Responden Pada *Independence*

No	Independence	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain	4.18	T	4.19	T
2	Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup	4	T	3.90	T
Keseluruhan		4.09	T	4.04	T

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada *Independence* untuk sektor formal adalah sebesar 4.09 sedangkan untuk sektor informal adalah sebesar 4.04. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan untuk mandiri dan dapat mengambil keputusan sendiri dari wirausaha sektor formal lebih tinggi dari wirausaha sektor informal. Perbedaan paling signifikan ada pada item kedua yaitu keinginan untuk membuat keputusan sendiri pada wirausaha mal yaiu sebesar 4 lebih besar dibandingkan dengan wirausaha pada sektor informal yaitu sebesar 3.90.

Dengan mean sebesar 4,06 wirausaha sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur memiliki tingkat kategori tinggi , pada rasa percaya diri mereka untuk membuat keputusan sendiri dan tidak bergantung kepada orang lain. Hal ini didukung dengan teori dari Shane, Locke dan Collins (2003) yang menyatakan bahwa kemandirian adalah keputusan untuk menuruti pertimbangan pribadi yang lebih penting dibandingkan dengan indikator-indikator lainnya.

Passion

Berikut adalah rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada variabel *Passion*:

Tabel 9. Rata-Rata Jawaban Responden Pada *Passion*

No	<i>Passion</i>	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	Ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup	4	T	3.82	T
2	Kecintaan saya terhadap bidang usaha yang saya geluti	4.02	T	3.93	T
3	Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide	3.90	T	3.62	S
Keseluruhan		3.97	T	3.79	T

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada *Passion* untuk sektor formal adalah sebesar 3.97 sedangkan untuk sektor informal adalah sebesar 3.79. Hal ini menunjukkan bahwa ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting, kecintaan terhadap bidang usaha dan mempunyai energi untuk mewujudkan ide dari wirausaha sektor formal lebih tinggi jika dibandingkan dengan wirausaha sektor informal. Perbedaan terbesar antara wirausaha sektor formal yaitu sebesar 3.90 dan wirausaha sektor informal yaitu sebesar 3.62 pada memiliki energi yang dapat mewujudkan ide.

Menurut Shane, Locke dan Collins (2003) *passion* adalah motivasi untuk melakukan apa yang menjadi kehendak mereka. Sehingga dengan rata-rata 3,88 dapat diketahui bahwa tingkat *passion* wirausaha sektor formal dan informal di Jawa Timur pada kategori tinggi.

Self-Efficacy

Berikut adalah rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada variabel *Self-Efficacy*:

Tabel 10. Rata-Rata Jawaban Responden Pada *Self-*

Efficacy

No	<i>Self-Efficacy</i>	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya mampu	4.01	T	3.98	T
2	Kepercayaan diri yang kuat bahwa sayakompeten	4.04	T	3.92	T
Keseluruhan		4.02	T	3.95	T

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada *Self-Efficacy* untuk sektor formal adalah sebesar 4.02 sedangkan untuk sektor informal adalah sebesar 3.95. Hal ini menunjukkan bahwa wirausaha sektor formal yang berhubungan dengan kepercayaan bahwa dirinya mampu dan kompeten dalam bidang usaha tersebut relatif lebih tinggi dari wirausaha sektor informal.

Opportunity

Berikut adalah rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada variabel *Opportunity*:

Tabel 4.11 Rata-Rata Jawaban Responden Pada *Opportunity*

No	<i>Opportunity</i>	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	Adanya peluang mendirikan usaha baru	3.92	T	3.57	S
2	Adanya peluang untuk menciptakan produk baru	3.87	T	3.68	T
3	Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru	3.96	T	3.61	S
Keseluruhan		3.92	T	3.62	S

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada *Opportunity* untuk sektor formal adalah sebesar 3.92 sedangkan untuk sektor informal adalah sebesar 3.62. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan wirausaha sektor formal dalam hal melihat *opportunity* untuk mendirikan suatu usaha dan pengembangan usaha yang telah dijalani relatif lebih tinggi dari wirausaha sektor informal. Jika dibandingkan antara 3 item diatas perbedaan paling signifikan ada pada melihat *opportunity* untuk mendirikan usaha baru dan melihat *opportunity* dalam memasuki pangsa pasar yang baru. Pada item wirausaha dapat melihat *opportunity* mendirikan usaha baru wirausaha sektor formal memiliki nilai mean sebesar 3.92 dan wirausaha sektor infromal memiliki nilai mean sebesar 3.57 sedangkan pada item dimana wirausaha mampu melihat adanya *opportunity* dalam memasuki pangsa pasar yang baru, wirausaha

sektor formal memiliki nilai mean sebesar 3.96 dan wirausaha sektor informal memiliki nilai sebesar 3.61.

Menurut Shane dan Ventakaraman (2000, dalam Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon, 2009) salah satu elemen kunci dalam pendirian perusahaan adalah *Opportunity*. Dengan rata-rata sebesar 3,77 dapat diketahui bahwa wirausaha usaha mikro dan kecil di Jawa Timur memiliki tingkat motivasi tinggi dalam melihat *opportunity* pada suatu bidang usaha.

4.3.2.8 Resource Availability

Berikut adalah rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada variabel *Resource Availability*

Tabel 12. Rata-Rata Jawaban Responden Pada *Resource Availability*

No	Resource Availability	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	Modal berupa uang untuk berusaha yang saya miliki	3.86	T	3.8	T
2	modal berupa aset untuk berwirausaha	3.71	T	3.64	S
3	Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha	3.86	T	3.64	S
4	Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha	3.61	S	3.69	T
Keseluruhan		3.76	T	3.69	T

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada variabel *Resource Availability* untuk sektor formal adalah sebesar 3.76 sedangkan untuk sektor informal adalah sebesar 3.69. Hal ini menunjukkan bahwa wirausaha sektor formal untuk memiliki modal, fasilitas dan koneksi yang baik relatif lebih tinggi dari wirausaha sektor informal.

Social Environment

Berikut adalah rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pada *Social Environment*:

Tabel 13. Rata-Rata Jawaban Responden Pada *Social Environment*

No	Social Environment	Formal		Informal	
		Mean	Kategori	Mean	Kategori
1	inspirasi dari tokoh-tokoh bisnis	3.05	S	3.05	S
2	keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan	2.81	S	2.93	S
3	kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan	3.83	T	3.79	T
Keseluruhan		3.23	S	3.26	S

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan jawaban pada variabel *Resource Availability* untuk sektor formal adalah sebesar 3.23 sedangkan untuk sektor informal adalah sebesar 3.26. Hal

ini menunjukkan bahwa wirausaha sektor informal yang berhubungan dengan keinginan untuk meniru tokoh inspiratif, pengaruh lingkungan sekitar, dan kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan relatif lebih tinggi dari wirausaha formal. Perbedaan yang signifikan ada dalam keinginan wirausaha untuk meniru tokoh idola, wirausaha sektor formal memiliki nilai mean sebesar 2.81 sedangkan wirausaha pada sektor informal memiliki nilai mean sebesar 2.93.

Menurut Shapero (1984 dalam Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon, 2009) 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. Dengan rata-rata 3,24 dapat diketahui bahwa dalam mendirikan usahanya wirausaha mikro dan kecil di Jawa Timur tidak memiliki ketergantungan yang besar terhadap lingkungan sekitarnya karena berada dalam katagori sedang.

Tabel 14. Uji beda rata-rata variabel bebas

Indikator	F	Sig.
Need for Achievement (X1)	1.283	0.259
Desire for wealth (X2)	0.062	0.804
Independence (X3)	0.028	0.868
Locus of Control (X4)	0.069	0.793
Passion (X5)	0.843	0.360
Self-Efficacy (X6)	0.306	0.581
Opportunity (X7)	0.804	0.371
Resource Availability (X8)	0.227	0.634
Social Environment (X9)	0.273	0.602

Berdasarkan hasil uji beda nilai rata-rata pada tiap variabel diketahui bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara wirausaha sektor formal dan informal. hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada setiap indikator lebih besar dari ($\alpha=5\%$).

Hasil analisis deskriptif *entrepreneurial motivation* menghasilkan total rata-rata skor 3.883 yang masuk kategori tinggi. Meskipun tidak ada perbedaan *entrepreneurial motivation* pada sektor formal dan faktor informal di Jawa Timur akan tetapi perbedaan mean yang paling jauh dari kedua variabel tersebut terletak dalam indikator *opportunity*, wirausaha sektor formal mempunyai skor 3.92 sedangkan wirausaha sektor informal mempunyai skor sebesar 3.62. Dalam indikator *opportunity* tersebut dapat terlihat bagaimana seorang wirausaha dapat melihat berbagai *Opportunity* dimulai dengan adanya *Opportunity* untuk mendirikan usaha baru, adanya *Opportunity* untuk menciptakan produk baru dan adanya *Opportunity* dalam memasuki pangsa pasar yang baru.

Bagi wirausaha pada sektor formal dan informal di Jawa Timur, dari 9 indikator yang ada motivasi tertinggi terdapat pada indikator *locus of control* (skor= 4.32) disusul dengan *desire for wealth* (skor= 4.17) menunjukkan dorongan kuat yang dimiliki pelaku usaha didapat melalui kepercayaan bahwa kerja keras mampu mengubah hidup mereka, kepercayaan bahwa nasib ditentukan oleh usaha sendiri dan keinginan

memperoleh kekayaan dan hasil dari modal yang dikeluarkan. Sementara independence berada pada urutan ke 3 (skor= 4.08). Sedangkan motivasi yang berhubungan dengan kecenderungan responden untuk meniru tokoh bisnis yang mereka idolakan adalah dorongan yang paling rendah menunjukkan bahwa wirausaha pada sektor formal dan sektor informal kurang termotivasi oleh inspirasi dari tokoh bisnis, ingin meniru tokoh bisnis maupun kepercayaan bahwa kewirausahaan punya dampak positif terhadap kehidupan.

Penelitian yang telah dilakukan penulis berbeda dengan penelitian sebelumnya. Menurut Zimmerman & Chu (2013) penelitian yang dilakukan pada wirausaha di negara Venezuela menggambarkan bahwa faktor utama motivasi para wirausaha adalah *independent* lalu motivasi kedua adalah *desire for wealth* disusul dengan menempati peringkat ketiga adalah *self-efficacy*. Peringkat paling akhir ditempati oleh faktor dimana dengan berwirausaha akan menjadi dekat dengan keluarga. Jika dibandingkan dengan penelitian ini, peringkat pertama ada pada faktor *locus of control* lalu di peringkat ke dua adalah *independence* dan disusul di peringkat ketiga dengan *self-efficacy*. Peringkat paling akhir di tempati oleh *social environment*.

Snyder (dalam Adom & Williams, 2012) dalam studinya pada 50 wirausaha informal kota New York menegaskan bahwa semua pengusaha informal belajar untuk menentukan pilihan, misalnya untuk mengatur karir mereka di bidang yang akan digeluti, untuk mengubah identitas pekerjaan mereka atau untuk mengungkapkan jati diri sejati mereka. Oleh karena itu, pergeseran pandangan yang terjadi pada wirausaha informal yang dulu bekerja berdasarkan motivasi untuk memenuhi kebutuhan kini berubah menjadi wirausaha yang dituntut untuk bisa mengambil suatu keputusan untuk dirinya sendiri. Jika dibandingkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan pada wirausaha sektor formal dan sektor informal yang ada di Jawa Timur, kemandirian dalam mengambil keputusan termasuk dalam indikator independent yang termasuk dalam salah satu faktor *entrepreneurial motivation* dimana wirausaha ingin untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain dan wirausaha ingin membuat keputusan sendiri dalam hidup

Lozano (dalam Adom & Williams, 2012) studi pada 50 dealer yang ada di pasar loak, Northern California mengungkapkan bahwa 80% adalah pendatang yang secara terpaksa masuk dalam usaha sektor informal dikarenakan untuk memenuhi kebutuhannya, dan 20% pendatang yang secara sukarela masuk dalam usaha informal karena melihat adanya *Opportunity* dalam usaha tersebut. Sejalan dengan hasil penelitian ini, faktor *opportunity* juga termasuk salah satu faktor motivasi yang mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha.

Dari sebagian besar penelitian terdahulu tentang kewirausahaan yang telah dilakukan di beberapa negara lebih fokus terhadap perbandingan antara *opportunity* dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan pada sektor informal. Hal ini dapat dilihat dari jurnal Adom & Williams (2012) memaparkan temuan di Koforidua, hanya sekitar 35% wirausaha yang masuk dalam sektor

informal menganggap itu sebagai pilihan, ingin mandiri dan menjadi pengambil keputusan, sedangkan sekitar 65% dari wirausaha yang bekerja dalam sektor informal dikarenakan mereka kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan di sektor formal. Tujuan mereka melakukan pekerjaan tersebut lebih kepada untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hasil penelitian Adom & Williams (2012) berbeda dengan penelitian ini karena faktor *independence* menduduki peringkat kedua dalam sembilan indikator yang termasuk dalam *entrepreneurial motivation*, namun *opportunity* merupakan indikator dengan selisih nilai *mean* terbesar dibandingkan dengan indikator lainnya.

Menurut Williams and Round (2008) yang melakukan penelitian di Ukraina, menemukan bahwa 53% dari wirausaha yang masuk pada sektor informal karena kebutuhan ekonomi dan sebesar 47% yang mempunyai kemampuan untuk melihat *Opportunity* pada usaha tersebut. Sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa , persentase yang dimiliki oleh wirausaha sektor informal dalam melihat adanya *Opportunity* mendirikan usaha baru, *Opportunity* untuk menciptakan produk baru dan adanya *Opportunity* dalam memasuki pangsa pasar yang baru lebih kecil dibandingkan dengan wirausaha sektor formal. (dalam Collin, 2012)

Bewayo & Chamlee-Wright (dalam Adom & Williams, 2012) mengatakan bahwa sebagian besar literatur tentang kewirausahaan di Ghana menggambarkan motivasi wirausaha sektor informal lebih kepada untuk memenuhi kebutuhan dibandingkan memiliki kemampuan dalam melihat *Opportunity* atau kesempatan yang bagus dalam usaha tersebut. Sejalan dengan penelitian ini, Chu *et al.* (2007) menyatakan bahwa wirausaha di Ghana memilih untuk beroperasi di sektor informal karena lingkungan bisnis dan birokrasi yang kompleks, dan pendaftaran dan sistem pajak terlalu rumit untuk perusahaan swasta di Ghana. Berbeda dengan hasil dari penelitian ini, bahwa motivasi utama wirausaha sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur dikarenakan adanya kepercayaan diri bahwa nasib wirausaha ditentukan oleh usahanya sendiri dan juga kerja keras dapat merubah hidup wirausaha tersebut bukan kepada hanya sekedar memenuhi kebutuhan semata. (dalam Collin, 2012)

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh GEM sendiri tentang perbandingan antara *opportunity* dan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam *entrepreneurial motivation* wirausaha sektor informal pada tahun 2012 mendeskripsikan wirausaha di uni eropa memiliki frekuensi 2.7 kali lebih banyak wirausaha yang motivasinya berdasarkan adanya *Opportunity* dalam usaha tersebut dibandingkan dengan motivasi karena untuk mencukupi kebutuhan hidup. Dalam penelitian di beberapa kawasan lainnya, rasio 2 banding 1 di negara Amerika Latin dan Asia akan tetapi kecuali negara Pakistan dan Ekuador mempunyai nilai lebih tinggi dalam motivasi untuk memenuhi kebutuhan hidup dibandingkan dengan motivasi melihat adanya *Opportunity* dalam usaha tersebut. Sedangkan wirausaha di kawasan Afrika memiliki frekuensi 1.4 kali lebih banyak wirausaha yang termotivasi karena adanya *Opportunity* mendirikan usaha

baru, *Opportunity* untuk menciptakan produk baru dan adanya *Opportunity* dalam memasuki pangsa pasar yang baru dibandingkan dengan motivasi menjadi wirausaha hanya untuk memenuhi kebutuhan. Hanya negara Uganda yang mempunyai rata-rata motivasi untuk memenuhi kebutuhan hidup lebih baik dibandingkan wirausaha yang termotivasi karena melihat adanya peluang. Riset oleh GEM konsisten menunjukkan bahwa dasar motivasi seseorang dalam memulai wirausaha adalah lebih besar dikarenakan melihat adanya *Opportunity* mendirikan usaha baru, *Opportunity* untuk menciptakan produk baru dan adanya *Opportunity* dalam memasuki pangsa pasar yang baru dibandingkan dengan motivasi menjadi wirausaha hanya untuk memenuhi kebutuhan. Sejalan dengan penelitian GEM, meskipun hasil dari penelitian ini menunjukkan perbedaan nilai mean yang paling besar pada indikator *Opportunity* akan tetapi belum bisa menjadi faktor pembeda antara sektor formal dan informal. Hal ini menunjukkan bahwa wirausaha sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur tidak hanya memikirkan untuk memenuhi kebutuhan hidup akan tetapi lebih kepada mempertimbangkan adanya *Opportunity* dalam usaha yang akan ia geluti tersebut.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wirausaha pada sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur yang diteliti memiliki *entrepreneurial motivation* yang tinggi dalam menjalankan usahanya dan hal yang mendasari motivasi tinggi dalam berusaha karena memiliki ketersediaan sumber daya yang mencukupi untuk memulai suatu usaha baru, sedangkan keinginan meniru tokoh bisnis adalah indikator terendah yang menjadi motivasi pengusaha.
2. Setelah dilakukan proses analisa uji T tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari kesembilan indikator diatas akan tetapi yang paling terlihat perbedaan adalah selisih angka mean terdapat pada indikator *opportunity*. Wirausaha sektor formal mempunyai skor 3.92 sedangkan wirausaha sektor informal mempunyai skor sebesar 3.62. Wirausaha pada sektor formal lebih mampu melihat adanya *opportunity* dalam mendirikan usaha baru, untuk menciptakan produk baru dan untuk memasuki pangsa pasar yang baru. Hal ini menunjukkan bahwa wirausaha sektor formal dan sektor informal di Jawa Timur tidak hanya memikirkan untuk memenuhi kebutuhan hidup akan tetapi lebih kepada mempertimbangkan adanya *Opportunity* dalam usaha yang akan ia geluti tersebut.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, terlihat jumlah nilai mean wirausaha sektor informal dengan wirausaha sektor formal tidak berbeda jauh. Akan lebih baik jika wirausaha sektor informal didorong untuk masuk ke sektor formal karena akan mempermudah akses

sumber misalnya dari pinjaman bank, dan jika dilihat dari segi pemasaran akan lebih terpercaya.

2. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *opportunity* memberikan dampak yang besar dalam mendirikan suatu usaha, akan tetapi nilai mean *opportunity* dari wirausaha sektor informal lebih rendah dibandingkan dengan wirausaha pada sektor formal sehingga seharusnya ada pelatihan-pelatihan khusus per individu dalam hal *opportunity* suatu bisnis yang diberikan pada wirausaha sektor informal sehingga wirausaha sektor informal lebih mampu melihat dan memanfaatkan *opportunity* yang ada.
3. Selama ini pandangan bahwa susahnya mengurus segala macam ijin usaha membuat wirausaha sektor informal tidak berniat masuk menjadi wirausaha sektor formal, seharusnya pemerintah lebih memberikan sosialisasi pada masyarakat bahwa mengurus segala macam ijin tersebut tidak susah sehingga pemerintah dapat mendorong wirausaha sektor informal masuk dalam sektor formal.

DAFTAR REFERENSI

- Adom, K., & Williams, C. C. (2012). Evaluating The Motives Of Informal Entrepreneurs In Koforidua, Ghana. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 17(01).
- Berita Daerah. (2012). *Review Ketenegakerjaan dan pasar kerja di jatim 2010-2011*. Retrieved from <http://www.infokerja-jatim.com> diakses 23 September 2013
- Bruton, G. D., Ireland, R. D., & Ketchen, D. J. (2012). Toward a research agenda on the informal economy. *The Academy of Management Perspectives*, 26(3).
- Cooper & Schindler. (2006). *Marketing Research*. New York: The McGraw-Hill. Companies, Inc.
- Decker, W. H., Calo, T. J., & Weer, C. H. (2012). Affiliation motivation and interest in entrepreneurial careers. *Journal of Managerial Psychology*, 27(3).
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. D. (2012). The Global Entrepreneurship Monitor. *2011 Global Report, GEM 2011*. <http://archive.bisnis.com/articles/editorial-bisnis-kontribusi-nyata-sektor-informal> - 23 September 2013
- <http://lensa.diskopjatim.go.id/laporan-utama/14-laporan-utama/185-rapat-regional-ii-pemberdayaan-koperasi-dan-umkmhtml> - 23 September 2013
- Kobia, M., & Sikalieh, D. (2010). Towards a search for the meaning of entrepreneurship. *Journal of European Industrial Training*, 34(2).
- Kumar, D. (2011). Motivational factors, entrepreneurship and education: Study with reference to women in

- SMEs. *Far East Journal of Psychology and Business*, 3(2), 14-35.
- Kuncoro. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kuratko, D. F. & Hodgetts, R.M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice* (7th Ed). Canada: Thomson South Western.
- Lawrence, S., & Jordan, P. (2009). Testing an explicit and implicit measure of motivation. *International Journal of Organizational Analysis*, 17(2).
- Masri Singarimbun & Sofyan Effendy. (1999). *Metodologi Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Morales-Gualdrón, S. T., Gutiérrez-Gracia, A., & Dobón, S. R. (2009). The entrepreneurial motivation in academia: a multidimensional construct. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(3).
- Nazir, Muhammad. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Omar, H. (2011). Arab American entrepreneurs in San Antonio, Texas: motivation for entry into self-employment. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4(1).
- Santoso, S. (2003). *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*. Jakarta : Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*.
- Suryana (2006). *Wirausaha Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Umar, Husein. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walpole, R.E. (1992). *Pengantar Statistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Webb, J. W., Tihanyi, L., Ireland, R. D., & Sirmon, D. G. (2009). You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy. *Academy of Management Review*, 34(3).
- Williams, C. C. (2007). The nature of entrepreneurship in the informal sector: evidence from England. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(02).
- Williams, C. C., & Nadin, S. (2012). Beyond The Commercial Versus Social Entrepreneurship Dichotomy: A Case Study Of Informal Entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 17(03).
- Zimmerer, T.W., Scarborough, N.M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (5th Ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Zimmerman, M. A., & Chu, H. M. (2013). Motivation, Success, and Problems of Entrepreneurs in Venezuela. *Journal of Management Policy & Practice*, 14(2).