

ENTREPRENEURIAL MOTIVATION PENGUSAHA SEKTOR FORMAL TERHADAP KINERJA BISNIS USAHA MIKRO DAN KECIL DI JAWA TIMUR

Aditya Kusuma Wardhana dan R.R. Retno Ardianti
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: aditya_09249@yahoo.com ; retnoa@peter.petra.ac.id

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis khususnya pada aspek SDM dan pemasaran pada sektor formal di Jawa Timur. Jenis penelitian kuantitatif deskriptif berupa *mean*, persentase, dan *cross-tabulation*. Hasil penelitian dengan statistik deskriptif menunjukkan bahwa secara keseluruhan *entrepreneur* mikro dan kecil sektor formal dengan *entrepreneurial motivation* yang tinggi, kinerja bisnisnya juga tinggi. Nilai tertinggi pada variabel *entrepreneurial motivation* terdapat pada indikator *locus of control*. Nilai terendah terdapat pada variabel *social environment*. Sedangkan pada indikator kinerja bisnis, item penentuan target pelanggan merupakan item yang paling terkait dengan *entrepreneurial motivation*.

Kata Kunci— *Entrepreneurial motivation*, usaha mikro dan kecil, sektor formal, kinerja bisnis.

I. PENDAHULUAN

Kesulitan untuk mendapatkan kesempatan kerja bukan hanya dialami oleh mereka yang tidak sampai menikmati pendidikan menengah dan tinggi, akan tetapi para lulusan-lulusan perguruan tinggi pun juga menghadapi hal yang sama. Pada era globalisasi sekarang ini, semakin menuntut bahwa setiap orang wajib memiliki keahlian serta kemampuan yang lebih baik dari orang lain. Secara akumulatif pada setiap tahunnya, jumlah angkatan kerja selalu bertambah secara terus menerus. Sedangkan jumlah lapangan pekerjaan sendiri jumlahnya terbatas.

Saat ini terdapat 55 juta lebih unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia atau sekitar 99 % lebih dari total usaha yang ada. Dari keseluruhan usaha itu, menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia yang paling banyak dimiliki oleh masyarakat adalah usaha mikro dengan jumlah 54.559.969 atau sekitar 99,99 % , sedangkan usaha kecil sebanyak 601.195 unit, usaha menengah sekitar 44.280 unit, dan yang tergolong usaha besar hanya 4.592 unit atau hanya sekitar 0,01 % saja. Artinya disini bahwa usaha mikro dan kecil merupakan bentuk usaha yang paling banyak jumlahnya dalam sektor usaha di Indonesia. (Depkop, 2012)

Jumlah unit usaha UMKM selama tahun 2011 berkembang sangat pesat dibandingkan dengan tahun 2010. Total UMKM mengalami penambahan jumlah unit usaha sebanyak 1,38 juta unit usaha, atau meningkat 2,57%. Data itu menunjukkan bahwa atas prakarsa mandiri telah tercipta lebih dari satu juta *entrepreneur* baru, terutama *entrepreneur*

berskala mikro yang bertambah dengan jumlah 1,35 juta unit usaha, atau mengalami peningkatan sebesar 2,54%. (Depkop, 2012)

Peran dan nilai strategis UMKM ini yang paling riil dan bisa dirasakan oleh masyarakat di dalam perekonomian Indonesia, dan khususnya Jawa Timur adalah Sektor UMKM telah memberikan bukti nyata, di tengah gejolak dan krisis ekonomi dan multidimensional yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998, UMKM mampu *survive* (bertahan). UMKM ini juga bisa dikatakan sebagai sektor usaha yang bersifat elastis; bisa bergerak dan bertahan di tengah gejolak dan krisis ekonomi. Bahkan, ketika BBM melejit pun UMKM walaupun ikut terpukul mampu menghadapi realitas perubahan iklim perekonomian dan menyelamatkan jutaan tenaga kerja potensial yang ada untuk tetap dapat *survive*. Sehingga pada gilirannya, gejolak sosial yang timbul dapat tereliminir. Dengan kata lain, UMKM juga berperan dalam mengentaskan kemiskinan dan pengangguran baik langsung maupun tidak langsung. (Artono, 2011)

Dengan jumlah cukup besar ini, memiliki potensi yang besar dan menjanjikan bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur. Lebih khusus lagi, dengan jumlah UMKM sebesar itu, telah memberikan kontribusi yang cukup signifikan dan menjanjikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Jatim. Maka kedepan sektor UMKM dipastikan akan menjadi penopang perekonomian Jatim. Karena itu, kepedulian dan keberpihakan pada UMKM ini harus tetap dan terus digalakkan.

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 usaha mikro dan kecil (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.

Saat menjalankan usahanya ini, *entrepreneur* perlu mempunyai motivasi. Motivasi dibutuhkan oleh seorang *entrepreneur* sebagai pendorong untuk berwirausaha. Menurut (Gualdron, Gracia & Dobon, 2003), motivasi yang mendorong seseorang untuk berwirausaha dapat berasal dari *personal, opportunity, resource availability, dan social environment*. Motivasi setiap orang untuk melakukan usaha,

baik dalam sektor formal maupun sektor informal pastilah berbeda-beda. Ada yang hanya sekedar ingin meraih keuntungan secara materil saja, akan tetapi ada juga yang ingin meraih kepuasan batin atau ingin mengembangkan usaha jenis baru untuk di masa depannya seperti yang di jelaskan oleh (Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, & Dobon, 2009) bahwa ada enam aspek yang mendorong setiap individu untuk mencoba untuk ber-*entrepreneur* yaitu motivasi pribadi (kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk mandiri, kebutuhan untuk memperoleh kekayaan), motivasi yang terkait dengan peluang *entrepreneurial*, motivasi yang terkait dengan pengetahuan ilmiah, motivasi yang terkait dengan sumber daya, motivasi yang terkait dengan *incubator organization* dan motivasi yang terkait dengan lingkungan sosial. Setiap motivasi manusia pasti akan mempengaruhi *goal* yang ingin mereka capai, orang yang hanya menginginkan materi kedepannya pasti akan mudah puas dan tidak pernah bisa berkembang.

Entrepreneurial motivation dibagi menjadi enam kelompok, yaitu: *personal, opportunity, scientific knowledge, resource availability, incubator organization, social environment* (Morales-Gualdrón, Gutierrez-Gracia, Dobon, 2009). 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.

Motivasi yang berkaitan dengan personal dapat berupa kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk mandiri dan tidak bergantung pada orang lain, dan kebutuhan untuk mendapatkan uang. Motivasi berkaitan dengan *opportunity* karena melihat adanya peluang dalam menciptakan usaha baru. Motivasi yang berkaitan dengan *resource availability* karena memiliki modal, fasilitas yang mendukung dan jaringan sosial yang baik. Serta motivasi berkaitan dengan *social environment* karena terinspirasi dengan tokoh bisnis dan persepsi bahwa kewirausahaan dapat membawa dampak yang positif bagi kedepannya.

Dengan jenis motivasi yang berbeda-beda maka akan dihasilkan juga tingkat kinerja yang berbeda-beda, menurut (Donnelly, Gibson & Ivancevich, 1994) "Kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. (dalam Rivai dan Basri, 2005). (Mathis & Jackson, 2002) menyatakan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam aspek-aspek yang mempengaruhi kinerja selain empat faktor lainnya yaitu kemampuan mereka, dukungan yang diterima, keberediaan pekerjaan yang mereka lakukan, hubungan mereka dengan organisasi. Oleh karena itu dengan adanya dorongan dari motivasi yang berbeda beda tiap individu maka akan dihasilkan kinerja yang berbeda antar individu.

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 tertentu, misalnya dalam setiap bulan atau periode lain yang lebih pendek waktunya seperti setiap minggu, atau periode yang lebih lama, seperti setiap kuartal. Kinerja bisnis akan dideskripsikan melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran:

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

- *Targeting* : (Khasali, 2007) *targeting* adalah "Persoalan bagaimana memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar" (p. 48)

- Bauran Pemasaran : (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.

Pada penelitian ini penulis akan membahas tentang *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis pada *entrepreneur* usaha mikro dan kecil sektor formal di Jawa Timur, Indonesia. Penulis juga akan mencoba untuk menggambarkan dan juga melihat apakah *entrepreneurial motivation* dari para *entrepreneur* tersebut terdapat hubungan dengan kinerja bisnis mereka pada awal berdiri dan pada saat ini. Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mendeskripsikan *entrepreneurial motivation* pada *entrepreneur* usaha mikro dan kecil sektor formal di Jawa Timur.
2. Untuk mendeskripsikan kinerja bisnis pada *entrepreneur* usaha mikro dan kecil sektor formal di Jawa Timur.
3. Untuk mendeskripsikan keterkaitan antara *entrepreneurial motivation* dengan kinerja bisnis para *entrepreneur* usaha mikro dan kecil sektor formal di Jawa Timur

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2003, dalam Sarwono, 2010) tipe penelitian kuantitatif digunakan dalam meneliti sekelompok 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 deskriptif menurut Kerlinger yang dikutip oleh (Sugiyono, 2009, 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 lain.

Gambaran Populasi dan Sampel

Populasi adalah kesatuan yang mempunyai karakteristik yang sama dimana sampel akan ditarik (Sarwono, 2012). Menurut (Malhotra, 2010) populasi adalah keseluruhan elemen, yang memiliki karakteristik yang sama dan yang meliputi seluruh bidang yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian kali ini adalah *entrepreneur* pemilik usaha mikro dan kecil sektor formal di Jawa Timur. Jumlah populasi

sebanyak 141 responden *entrepreneur* pemilik usaha mikro dan kecil sektor formal dan informal di Jawa Timur

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.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 67 responden dan hanya dibatasi pada *entrepreneur* pemilik usaha mikro dan kecil sektor formal 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

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. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelaku usaha atau wirausaha dari sektor formal dan informal di Jawa Timur.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan 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 disebarluaskan 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 dipilihkan 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. Keuntungan utama dari hal ini adalah bahwa peneliti atau seseorang anggota dari tim penelitian dapat mengumpulkan semua respons lengkap dalam periode waktu singkat. Keraguan apa pun yang responden mungkin miliki terhadap beberapa pertanyaan bisa diklarifikasi di tempat. Peneliti juga memiliki kesempatan untuk menyampaikan topik penelitian dan memotivasi responden untuk memberikan jawaban secara jujur. Menyebarkan kuisisioner kepada sejumlah besar orang pada saat yang sama adalah lebih murah dan memakan lebih sedikit waktu dibanding mewawancarai. Memberikan kuisisioner juga tidak memerlukan banyak keterampilan dibandingkan dengan melakukan wawancara. Kapan pun mungkin, kuisisioner adalah paling baik diberikan secara pribadi kepada kelompok orang karena kelebihannya.

Definisi Operasional

Variabel dan item 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 pengaruh eksternal. 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 formal, yaitu:

❖ Personal

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:

- Keinginan responden untuk berprestasi.

- Kemampuan responden dalam menaklukkan tantangan/hambatan dalam kehidupan.
- Keinginan untuk membuktikan pada diri sendiri bahwa responden memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu

• 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 manusia, karena dengan keberadaannya sumber daya manusia sebagai salah satu 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:

• *Social Network*

Koneksi sosial setiap *entrepreneur* memungkinkan mereka untuk bisa mendukung usaha mereka baik dalam ketersediaan bahan baku maupun dalam bantuan konsumen. Itemnya adalah:

- Terdapatnya koneksi (keluarga / teman) 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:

- Adakah 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 *entrepreneurship* dapat memberikan dampak positif.

Kinerja Bisnis

Kinerja merupakan akumulasi dari hasil aktivitas yang dilakukan dalam perusahaan itu sendiri. Pengukuran kinerja adalah melakukan evaluasi pada periode tertentu. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan kinerja bisnis pada periode saat ini dengan periode awal berdiri kinerja pada fungsi bisnis *entrepreneur*, yaitu:

❖ Aspek Pemasaran dan Pasar :

Item yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbandingan antara :

- Kemampuan *Entrepreneur* dalam Penetapan target pasar yang ingin dicapai oleh para *entrepreneur* pada saat awal berdiri dan pada saat ini

- Produk yang dihasilkan oleh para *entrepreneur* adalah produk sejenis yang sudah ada di pasaran atau jenis produk baru pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

- Penetapan harga yang dilakukan oleh para *entrepreneur* telah menyesuaikan dengan harga yang ada di pasaran atau masih berpatokan terhadap harga produksi pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

- Pemberian diskon-diskon yang diberikan oleh para *entrepreneur* pada saat-saat tertentu atau tidak pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

- Cara para *entrepreneur* dalam melakukan kegiatan promosi terhadap produk maupun jasa yang dihasilkan pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

- Cara para *entrepreneur* dalam mendistribusikan produk atau jasanya pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

- Seberapa besar jangkauan wilayah distribusi produk atau jasa para *entrepreneur* pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

❖ Aspek Sumber Daya Manusia :

Item yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbandingan antara :

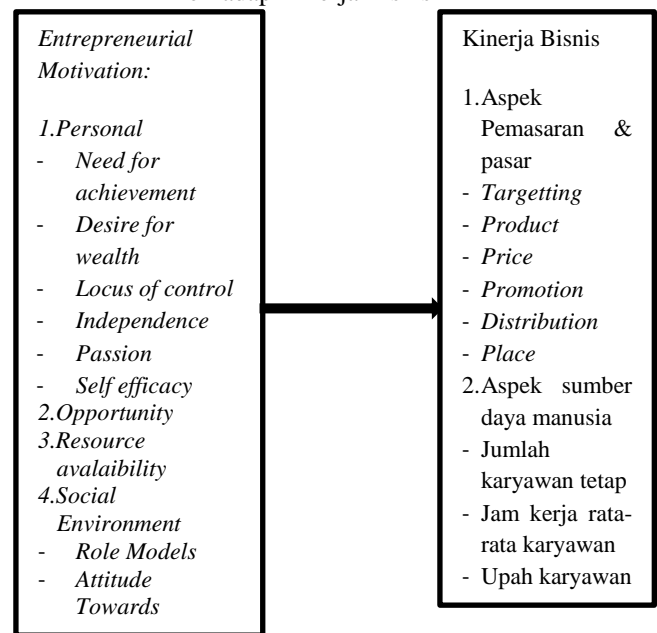
▪ Jumlah karyawan yang dimiliki oleh para *entrepreneur*, baik karyawan tetap maupun karyawan tidak tetap pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

▪ Jam kerja rata-rata karyawan setiap harinya pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

▪ Gaji / upah yang diberikan kepada karyawan sudah menyesuaikan dengan standar Upah Minimum Kota (UMK), dibawah Upah Minimum Kota (UMK), atau diatas Upah Minimum Kota (UMK) yang berlaku pada saat awal berdiri dan pada saat ini.

Kerangka Berpikir

Gambar 1 Kerangka Berpikir *Entrepreneurial Motivation* Terhadap Kinerja Bisnis



Sumber : (Morales-Gualdron, Gutierrez-Gracia, Dobon, 2009; Shane, Locke dan Collins, 2003 dan Umar, 2005)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 67 responden, yang merupakan para pemilik usaha mikro dan kecil di Jawa Timur . Berikut ini disajikan deskripsi 67 profil responden *entrepreneur* pemilik usaha

mikro dan kecil dengan jenis usaha formal yang dikelompokkan berdasarkan bentuk usahanya.

Tabel 2 Bentuk dan Jumlah Usaha Responden

Bentuk Usaha	Jumlah	Persentase
UD	41	61.2
CV	19	28.4
PT	7	10.4
Total	67	100

Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini berdasarkan pada metode korelasi pearson. Menurut (Nugroho, 2011), setiap pernyataan dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka data dapat dinyatakan valid. Dimana jumlah responden (n) sebanyak 67 responden memiliki r tabel sebesar 0,242, sedangkan signifikansi yang digunakan adalah yang bernilai lebih kecil dari 0,005.

Berikut merupakan hasil uji 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*.

Uji Reliabilitas

Menurut Gumilar (2007) reliabilitas data untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan. Reliabilitas data dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai alpha cronbach > 0.6, (Santoso, 2002, dalam Gumilar, 2007).

Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai alpha cronbach. Jika nilai alpha cronbach > 0.6, maka item-item pertanyaan yang membentuk variabel penelitian dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0:

Tabel 3 : Uji Reliabilitas Variabel Entrepreneurial Motivation

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Need for Achievement</i>	0.700	Reliabel
<i>Desire for Wealth</i>	0.828	Reliabel
<i>Locus of Control</i>	0.732	Reliabel
<i>Independence</i>	0.855	Reliabel
<i>Passion</i>	0.826	Reliabel
<i>Self Efficacy</i>	0.931	Reliabel
<i>Opportunity</i>	0.819	Reliabel
<i>Resource Availability</i>	0.719	Reliabel
<i>Social Environment</i>	0.634	Reliabel

Tabel 4 Uji Validitas item pertanyaan variabel *Entrepreneurial Motivation*

No	Pernyataan	r Pearson	Ket
1	Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain	0.832	Valid
2	Menakutkan tantangan/hambatan dalam kehidupan	0.851	Valid
3	Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu	0.682	Valid
4	Keinginan untuk memperoleh kekayaan	0.932	Valid
5	Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah saya keluarkan	0.917	Valid
6	Kepercayaan bahwa nasib saya ditentukan oleh usaha saya sendiri	0.890	Valid
7	Kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup saya	0.887	Valid
8	Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain	0.934	Valid
9	Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup	0.935	Valid
10	Ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup	0.814	Valid
11	Kecintaan saya terhadap bidang usaha yang saya geluti	0.882	Valid
12	Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide	0.894	Valid
13	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya mampu	0.969	Valid
14	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya kompeten	0.966	Valid
15	Adanya peluang mendirikan usaha baru	0.808	Valid
16	Adanya peluang untuk menciptakan produk baru	0.881	Valid
17	Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru	0.885	Valid
18	Modal berupa uang untuk berusaha yang saya miliki	0.799	Valid
19	modal berupa aset untuk berwirausaha	0.731	Valid
20	Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha	0.751	Valid
21	Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha	0.667	Valid
22	inspirasi dari tokoh- tokoh bisnis	0.819	Valid
23	Keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan	0.886	Valid
24	Kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan	0.544	Valid

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel *entrepreneurial motivation* menghasilkan nilai r Pearson

yang lebih besar dari nilai r tabel 0,240, sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan yang mengukur variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan valid atau memiliki kemampuan pengukuran yang diharapkan untuk penelitian ini.

Analisa Statistik Deskriptif *Entrepreneurial Motivation*

Tabel 5 statistik deskriptif variabel *entrepreneurial motivation*

No	Pernyataan	Mean	Kategori	Std. Deviasi
I	Need for achievement			
1	Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain	3.67	T	0.86
2	Menakutkan tantangan/hambatan dalam kehidupan	4.00	T	0.78
3	Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu	4.21	T	0.66
	Keseluruhan	3.96	T	0.80
II	Desire for wealth			
4	Keinginan untuk memperoleh kekayaan	4.06	T	0.92
5	Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah saya keluarkan	4.24	T	0.84
	Keseluruhan	4.15	T	0.88
III	Locus of control			
6	Kepercayaan bahwa nasib saya ditentukan oleh usaha saya sendiri	4.09	T	0.85
7	Kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup saya	4.31	T	0.84
	Keseluruhan	4.20	T	0.85
IV	Independence			
8	Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain	4.12	T	0.79
9	Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup	4.00	T	0.80
	Keseluruhan	4.06	T	0.79
V	Passion			
10	Ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup	4.01	T	0.83
11	Kecintaan saya terhadap bidang usaha yang saya geluti	4.03	T	0.74
12	Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide	3.93	T	0.84
	Keseluruhan	3.99	T	0.80
VI	Self efficacy			
13	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya mampu	3.99	T	0.83
14	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya kompeten	4.00	T	0.78

No	Pernyataan	Mean	Kategori	Std. Deviasi
	Keseluruhan	3.99	T	0.80
VI I	Opportunity			
15	Adanya peluang mendirikan usaha baru	3.90	T	0.80
16	Adanya peluang untuk menciptakan produk baru	3.88	T	0.75
17	Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru	4.01	T	0.79
	Keseluruhan	3.93	T	0.78
VI II	Resource availability			
18	Modal berupa uang untuk berusaha yang saya miliki	3.81	T	0.84
19	modal berupa aset untuk berwirausaha	3.64	S	0.75
20	Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha	3.76	T	0.82
21	Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha	3.52	S	0.82
	Keseluruhan	3.68	T	0.81
IX	Social environment			
22	inspirasi dari tokoh- tokoh bisnis	2.99	S	1.01
23	Keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan	2.85	S	1.10
24	Kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan	3.84	T	0.86
	Keseluruhan	3.23	S	1.08

Berdasarkan pada tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa rerata dari jawaban responden pada masing-masing indikator pertanyaan adalah dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian yang dalam hal ini adalah entrepreneur pemilik usaha mikro dan kecil dengan jenis usaha formal memiliki tingkat entrepreneurial motivation yang tinggi. Dapat diketahui bahwa tingkat entrepreneurial motivation tertinggi dari para entrepreneur pelaku usaha mikro dan kecil sektor formal adalah berhubungan dengan aspek locus of control, yaitu dengan rerata sebesar 4,20 dengan kategori tinggi. Sedangkan tingkat entrepreneurial motivation terendah adalah berhubungan dengan aspek social environment yaitu dengan rerata sebesar 3,23 dengan kategori sedang.

Analisa Statistik Deskriptif Variabel 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 pada kinerja pertumbuhannya, seperti pada item penentuan target pasar dimana pertumbuhan mencapai 35%.

Tabel 5

Statistik Deskriptif Kinerja Bisnis Item Penentuan Harga

Penentuan Harga pada awal berdiri	F	%	Penentuan Harga pada saat ini	F	%
Sesuai pasar	41	61.2	Sesuai pasar	49	73.1
Sesuai biaya produksi	26	38.8	Sesuai biaya produksi	18	26.9
Total	67	100.0	Total	67	100.0

Pada saat ini telah terjadi kenaikan kinerja dari para entrepreneur dalam hal penentuan harga produk yang pada saat ini telah dapat menentukan harga produknya sesuai dengan harga pasar.

Tabel 6

Statistik Deskriptif Kinerja Bisnis Item Produk yang Dihasilkan

Produk yang dihasilkan pada awal berdiri	F	%	Produk yang dihasilkan pada saat ini	F	%
Sudah ada di pasar	52	77.6	Sudah ada di pasar	36	53.7
Lebih baik dari yang ada di pasar	6	9.0	Lebih baik dari yang ada di pasar	26	38.8
Baru/belum pernah ada	9	13.4	Baru/belum pernah ada	5	7.5
Total	67	100.0	Total	67	100.0

Pada saat ini telah terjadi kenaikan kinerja dari para entrepreneur dalam hal produk yang mereka hasilkan tersebut telah jauh lebih baik dari yang terdapat pada pasar jika dibandingkan dengan pada saat awal berdiri.

Crosstabulation Entrepreneurial Motivation dengan Kinerja Bisnis

Pada bagian ini akan dibahas mengenai langkah *crosstabulation* 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 *crosstabulation* 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

Crosstabulation Entrepreneurial Motivation dengan Kinerja Bisnis Penentuan Target Pelanggan

EM	Awal Berdiri						Saat ini					
	Belum ditetapkan		Sudah ditetapkan		Total		Belum ditetapkan		Sudah ditetapkan		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Re ndah	1	10.0	0	0.0	1	10.0	1	10.0	0	0.0	1	10.0
Seda ng	7	41.2	10	58.8	17	10.0	1	5.9	16	94.1	17	10.0
Ting gi	2	44.9	2	55.1	4	10.0	5	10.2	4	89.8	9	10.0
Tota l	3	44.8	3	55.2	6	10.0	7	10.4	6	89.6	13	10.0

Berdasarkan hasil *crosstabulation* antara *entrepreneurial motivation* dengan item penentuan target pelanggan didapatkan bahwa *entrepreneur* sektor formal dengan tingkat *entrepreneurial motivation* tinggi memiliki kenaikan kinerja bisnis pada saat ini. Ini dibuktikan dengan pada saat ini sudah banyak *entrepreneur* yang telah dapat menentukan target pelanggannya pada saat ini.

IV. KESIMPULAN / RINGKASAN

Dari hasil analisa deskriptif variabel *entrepreneurial motivation*, dapat diketahui bahwa variabel dengan nilai paling tinggi adalah indikator *locus of control* dengan nilai sebesar 4,20. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi terkuat para *entrepreneur* di Jawa Timur pada sektor formal dalam mendirikan usahanya 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 oleh para *entrepreneur* usaha mikro dan kecil di Jawa Timur pada sektor formal yang berasal dari lingkungan sekitarnya hanya memiliki dampak paling kecil dalam hal pengambilan keputusan untuk memulai sebuah usaha.

Dari hasil analisa deskriptif kinerja bisnis, dapat diketahui bahwa kinerja bisnis usaha mikro dan kecil di Jawa Timur pada sektor formal telah mengalami perkembangan yang positif. Hal ini dapat dilihat peningkatan pada aspek pemasaran dan sumber daya manusia. Penilaian peningkatan pada 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 tetap pada saat ini untuk melakukan produksi dan besarnya besaran upah kerja untuk para karyawan.

Dari hasil analisa *crosstabulation* yang telah dilakukan, kinerja bisnis yang paling terkait dengan adanya *entrepreneurial motivation* adalah kemampuan *entrepreneur* dalam menentukan target pelanggan. Karena, pada indikator ini terdapat kenaikan sebesar 34,4% responden yang memiliki tingkat kategori *entrepreneurial motivation* tinggi, yang mampu menentukan target pelanggan. Sedangkan dari

keseluruhan kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini hanya terdapat 4 item yang termasuk didalamnya yaitu penentuan target pelanggan, yang menunjukkan perubahan sesuai dengan tingkat kategori *entrepreneurial motivation* nya, yaitu : kualitas produk, jangkauan wilayah distribusi, dan jumlah karyawan. Sedangkan item yang lainnya tidak terpengaruh dengan tingkat *entrepreneurial motivation*.

DAFTAR REFERENSI

- Artono, H. (2011). [UMKM Adalah Tulang Punggung Perekonomian di Jawa Timur, Karenanya Harus Diperhatikan](http://www.fpk-jatim.org/2011/12/18/umkm-adalah-tulang-punggung-perekonomian-di-jawa-timur-karenanya-harus-diperhatikan/). Retrieved December 18, 2011 from <http://www.fpk-jatim.org/2011/12/18/umkm-adalah-tulang-punggung-perekonomian-di-jawa-timur-karenanya-harus-diperhatikan/>
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2012)
- Baroroh, A. (2008). Trik-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15.
- Cooper, A. C. (1985). *The role of incubator organizations in the founding of growth-oriented firms*. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 75–86.
- 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. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariandja, MARIHOT T. EFENDI. *Manajemen Sumber Daya Manusia :Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian dan Peningkatan Produktivitas Pegawai*. (2002). Retrieved 12 Jun. 2013 (<http://books.google.co.id/books?id=d_HHWRqyNecC&printsec=frontcover#v=onepage&q=kinerja&f=false>
- Isjanto. (2005). Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- 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.
- 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).
- Malhotra, N.K. (2010). *Marketing Research an Applied Orientation* 6th Ed. New York: Prentice Hall.
- Manurung, Adler Haymans. 2008. Modal untuk Bisnis UKM. Gramedia, Jakarta
- Mathis, Robert L dan Jackson, John H. *Human Resource Management*. (2002). Retrieved 07 Apr. 2013 (<<http://books.google.co.id/books?id=SKqkOzyy-38C&printsec=frontcover&dq=Mathis,+Robert+L+dan+Jackson,+John+H&hl=en&sa=X&ei=igpkUc-VJYesrAFvIDABw&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=Mathis%2C%20Robert%20L%20dan%20Jackson%2C%20John%20H&f=false>>
- 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).
- Mulyadi. (2007). Sistem Pengendalian dan Pengembangan Manajemen. Jakarta: Salemba Empat
- Nisfiannoor, M. *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. 2009. Retrieved 19 Apr. 2013 (<http://books.google.co.id/books?id=1j_O7aHTZD8C&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>
- Noe, Raymond A., John R. Hollenbeck, Barry Gerhart & Patrick M. Wright. 2008. *Human Resource Management : Gaining a Competitive Advantage* (6th ed.) China: McGraw – Hill
- 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).
- Radosevich, R. (1995). *A model for entrepreneurial spin-offs from public technology sources*.
- Rivai, Veithzal. 2005. *Performance Appraisal* (1st ed.) Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Santosa, P.B., & Hamdani, M. (2007). *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sarwono, Jonathan. *Pintar Menulis Karya Ilmiah - Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*. (2010). Retrieved 09 Apr. 2013 (<<http://books.google.co.id/books?id=kaKXKr0hQ80C&printsec=frontcover&dq=Pintar+Menulis+Karangan+Ilmiah+-+Kunci+Sukses+dalam+Menulis+Ilmiah&hl=en&sa=X&ei=EShkUda7E8TqrAe3zoHYDA&ved=0CDEQ6AEwAA>>
- Setiadi, et al, (2008), Indikator Pembangunan Berkelanjutan Kota Semarang, *Jurnal Ristek*, vol.2, No.2, hal. 1-6.
- Shane, S. (2004). *Academic entrepreneurship: University Spinoffs and wealth creation*. Massachusetts: Edwar Elgar.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). *The promise of entrepreneurship as a field of research*. *Academic of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shane, S., Edwin, A. L., Christopher J. C. (2003). *Entrepreneurial Motivation*. *Journal of Human Resource Management Review*. 13. (2003). 257-279
- Sharma, Kumar Ajay. (2009) *Entrepreneurship: Definition, Types, and Motivational Factors*. Retrieved April 07, 2013, from (<<http://www.articlesbase.com/entrepreneurship-articles/entrepreneurship-definition-types-and->

motivational-factors-1340726.html

- Smit, P.J., Cronje, G.J., Brevis, T., Vrba, M.J. (2007). *Management Principle: A Contemporary Edition for Africa*. Juta and Co Ltd. Cape Town.
- Stephan, P. (1996). *The economics of science*. *Journal of Economic Literature*, 34(3), 1199–1235.
- Syed et. Al. (2013). *Obstacle to small and medium enterprise in pakistan. Principal component analysis approach*. *Midde-east journal of scientific research*. 13(10). 13225-1334
- Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Winardi, J. (2008). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Wintoro, Djoko (2012). *UMKM membangun ekonomi*. Kontan.co.id
<http://kolom.kontan.co.id/news/83/UMKM-membangun-ekonomi>.
Diakses pada tanggal 10 Desember 2012
- Zimmerer, T.W., Scarborough, N.M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (5th Ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.