



**PERAN PENGUSAHA SANDAL KELOM GEULIS DALAM  
MEMOTIVASI BERWIRAUUSAHA MANTAN KARYAWAN DI DESA  
SETIAWARGI KOTA TASIKMALAYA**

**SKRIPSI**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
Program Studi Pendidikan Luar Sekolah

**Oleh**

**Andini Nuraeni**

**NIM 1201411012**

**JURUSAN PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH**

**FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**2015**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk dilaksanakan.

Disetujui pada

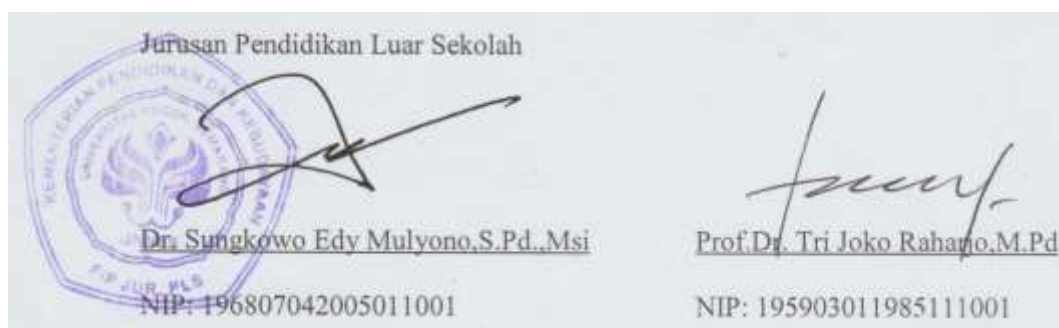
Hari : Senin

Tanggal : 13 April 2015

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

Pembimbing,



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha Mantan Karyawan Di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya”** telah dipertahankan dihadapan Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin

Tanggal : 13 April 2015

### Panitia Ujian Skripsi



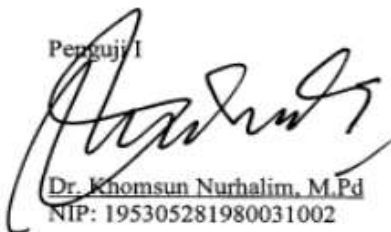
Prof. Dr. Fakhruddin, M.Pd  
NIP: 195604271986031001

### Sekretaris



Drs. Ilyas, M.Ag  
NIP: 195609081983031003

### Penguji I



Dr. Khomsun Nurhalim, M.Pd  
NIP: 195305281980031002

### Penguji II



Bagus Kisworo, M.Pd  
NIP: 197911302006041005

### Pembimbing



Prof. Dr. Tri Joko Raharjo, M.Pd  
NIP:19590301198511100

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di Skripsi yang berjudul **“Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha Mantan Karyawan Di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya”** adalah benar-benar karya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya pendapat atau temuan orang lain terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Maret 2015



Andini Nuraeni  
NIM. 1201411012

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

1. Kekayaan adalah produk dari kapasitas pemikiran manusia (Amy Rand).
2. Motivasi dari dalam diri sendiri adalah kekuatan yang luar biasa untuk menghancurkan kemalasan (Andini).
3. Pengusaha swasta memainkan peran lebih besar dalam perekonomian dunia. Pengusaha kecil telah merampas multi miliaran dollar dari bisnis besar (Jhon Naisbit).

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Almamater Universitas Negeri Semarang.
2. Jurusan Pendidikan Luar Sekolah.
3. Usaha Sandal Kelom Geulis Cv.Reza

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “*Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha Mantan Karyawan Di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya*” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Berkenaan dengan penulisan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya untuk bantuan dan dukungan dari banyak pihak dalam penyusunan, maupun penyajian skripsi ini, kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang
2. Prof. Dr. Fakhrudin, M.Pd., Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang
3. Dr. Sungkowo Edy Mulyono, S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Luar Sekolah
4. Prof. Dr. Tri Joko Raharjo, M.Pd., Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar dan bijaksana memberikan bimbingan dan saran selama penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Syarif selaku pemilik usaha sandal kelom geulis yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
6. Bapak Agus Ruhimat, bapak Hendi, dan bapak Toto atas kesediannya meluangkan waktu untuk memberikan informasi untuk penelitian skripsi ini.
7. Ibunda Imas dan Ayahanda Abidin yang sangat banyak memberikan bantuan moril, material, arahan, dan selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
8. Kakak Alm.Hendra Irawan yang semasa hidupnya selalu memberikan nasihat, motivasi, dan dukungan selama menempuh pendidikan, dan kakak-kakak atas kasih sayangnya dan tiada hentinya memberikan doa, nasehat, semangat dan dukungan untuk menyelesaikan studi.
9. Muhammad Yusuf Anshori dan teman-teman seperjuangan, Diah, Septiani, Riza, Eva, Eka, Mili, Niken, Noviasti, Ramdan, yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan dan bantuannya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung bagi penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Semarang, Maret 2015

Penulis

## ABSTRAK

Andini Nuraeni, 2015. “**Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha Mantan Karyawan Di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya**”. Skripsi Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang Dosen Pembimbing 1 Prof. Dr. Tri Joko Raharjo, M.Pd.

### **Kata Kunci: Motivasi, Berwirausaha**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kenyataan bahwa motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Motivasi kewirausahaan adalah keinginan dan kemampuan seseorang dalam mengelola semua peluang menjadi suatu nilai yang bermanfaat dan bernilai ekonomi. Permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) bagaimana peran usaha sandal kelom geulis dalam meningkatkan motivasi wirausaha karyawan di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya 2) bagaimana motivasi karyawan sandal kelom geulis dalam berwirausaha dan 3) bagaimana faktor pendukung dan penghambat motivasi karyawan di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya.

Penelitian peran usaha sandal kelom geulis dalam meningkatkan motivasi berwirausaha menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Responden terdiri dari 1 pemilik usaha sandal kelom geulis dan 3 mantan karyawan sandal kelom geulis yang sudah keluar dan membuka usaha sandal kelom sendiri. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: 1) pengumpulan data, 2) reduksi data, 3) penyajian data, 4) penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini: 1) motivasi karyawan sandal kelom geulis dalam berwirausaha cukup tinggi, baik itu dari motif biogenetic atau dari motif sosiogenetic, hal tersebut diperkuat dengan bukti karyawan sandal kelom geulis telah membuka usaha sendiri dengan usaha yang sama yaitu usaha sandal kelom dan menunjukkan kesuksesan 2) faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung dalam berwirausaha dilihat dari faktor *personal* minat kerja tinggi terhadap wirausaha, usaha yang menjanjikan untuk kedepannya. Faktor *sociological* adanya dorongan atau motivasi yang tinggi dari keluarga. Sedangkan faktor penghambat yaitu modal, pengalaman dan kreativitas 3) peran usaha sandal kelom geulis dalam meningkatkan motivasi berwirausaha cukup berperan penting dilihat dari usaha sandal kelom yang cukup menjanjikan dan dapat bersaing dipasar lokal, nasional bahkan internasional.

Saran yang disampaikan untuk pemilik usaha sandal kelom, yaitu membuat organisasi para pengusaha sandal kelom agar mudah dalam membantu satu sama lain baik dalam hal modal, pemasaran dan kreativitas. Sedangkan untuk mantan karyawan di harapkan mengikuti organisasi tersebut dan mengikuti pelatihan agar hambatan seperti sulit berkreativitas dapat terselesaikan, sehingga inovasi sandal kelom geulis lebih menarik dan dapat bersaing dipasaran.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Penegasan Istilah.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Peran.....	16
2.2 Peranan Wirausaha Bagi Lingkungan.....	20
2.3 Kelom Geulis.....	21
2.3.1 Asal Mula Kata “Kelom Geulis”.....	21
2.3.2 Usaha Kelom Geulis.....	22
2.4 Konsep Motivasi.....	23
2.4.1 Pengertian Motivasi.....	23
2.5 Tujuan, Alat, Jenis, dan Unsur Motivasi.....	23
2.5.1 Tujuan Motivasi.....	28
2.5.2 Alat Motivasi.....	28
2.5.3 Jenis Motivasi.....	29
2.5.4 Unsur Motivasi.....	32
2.6 Manfaat Motivasi dalam Berwirausaha.....	34
2.7 Teori Motivasi dalam Berwirausaha.....	35
2.7.1 Teori Motivasi.....	35
2.7.2 Teori Motivasi Hierarki Kebutuhan Maslow.....	38
2.7.3 Teori Motivasi Prestasi.....	39
2.7.4 Teori Motivasi Dua Faktor (Frederic Herzberg).....	41
2.7.4.1 Teori Dua Faktor Herzberg.....	41
2.7.4.2 Penerapan Teori Dua Faktor Herzberg dalam Organisasi.....	43
2.7.5 Teori E-R-G.....	47
2.7.6 Teori Motivasi Proses.....	48
2.7.7 Douglas McGregor (Teori Motivasi X dan Y).....	52
2.8 Motivasi Kewirausahaan.....	53
2.9 Kewirausahaan.....	54
2.9.1 Pengertian Kewirausahaan.....	54

2.9.2 Jenis-jenis Usaha .....	57
2.9.2.1 Usaha Mikro.....	57
2.9.2.2 Usaha Kecil .....	59
2.9.2.3 Usaha Menengah.....	61
2.9.2.4 Usaha Besar.....	62
2.10 Menumbuhkan Minat Berwirausaha.....	63
2.11 Keuntungan dan Kelemahan Menjadi Wirausaha.....	64
2.11.1 Keuntungan Menjadi Wirausaha.....	64
2.11.2 Kelemahan Menjadi Wirausaha .....	64
2.12 Beberapa Faktor Kritis untuk Memulai Usaha Baru .....	65
2.13 Model Proses Wirausaha .....	66
2.13.1 Inovasi .....	66
2.13.2 Proses Pemicu .....	67
2.13.3 Proses Pelaksanaan.....	68
2.13.4 Proses Pertumbuhan .....	68
2.14 Menilai Peluang Membuka Usaha Baru .....	71
2.15 Mitos dalam Kewirausahaan.....	73
2.16 Teori-teori Terbentuknya Wirausaha.....	75
2.16.1 Teori Life Path Change .....	75
2.16.2 Teori Goal Directed Behavior .....	75
2.16.3 Teori Pengambilan Keputusan .....	75
2.16.4 Teori Outcome Expectancy.....	76
2.17 Kreativitas dan Inovasi .....	76
2.17.1 Orang Wirausaha adalah Orang Kreatif .....	76
2.17.2 Sifat Keorisinilan Seorang Wirausaha .....	78
2.17.3 Hubungan Kreativitas dengan Intelegensi.....	80
2.17.4 Hubungan Kreativitas dengan Kewirausahaan .....	81
2.17.5 Rahasia Keberhasilan Seorang Wirausaha.....	82
2.17.6 Kreativitas Membawa Kemajuan .....	84
2.17.7 Bisakah Kreativitas Diajarkan.....	84
2.17.8 Usaha Meningkatkan Kreativitas .....	86
2.17.9 Proses Kreativitas .....	87
2.18 Pengembangan Ide Usaha.....	89
2.18.1 Sumber Penemuan Ide-ide Baru.....	89
2.19 Ciri-ciri dan Karakteristik Kepribadian Wirausaha.....	92
2.19.1 Ciri-ciri Kepribadian Usaha .....	92
2.19.2 Karakteristik Kepribadian Wirausaha .....	95
2.20 Ciri dan Karakteristik Wirausaha .....	98
2.21 Ciri-ciri Wirausaha yang Berhasil .....	100
2.21.1 Memiliki Visi dan Tujuan .....	100
2.21.2 Inisiatif dan Selalu Proaktif.....	100
2.21.3 Berorientasi pada Prestasi .....	100
2.21.4 Berani Mengambil Resiko.....	101
2.21.5 Kerja Keras.....	101
2.21.6 Bertanggungjawab Terhadap Segala Aktivitas yang di Jalankan .....	101

2.21.7	Komitmen Pada Berbagai Pihak .....	101
2.21.8	Mengembangkan dan Memelihara Hubungan Baik dengan Berbagai Pihak .....	101
2.22	Ketrampilan dalam Berwirausaha.....	106
2.22.1	Ketrampilan Berfikir Kreatif dan Inovatif .....	106
2.22.2	Ketrampilan dalam Membuat Keputusan.....	106
2.22.3	Ketrampilan dalam Kepemimpinan .....	106
2.22.4	Ketrampilan dalam Bergaul antar Manusia.....	106
2.22.5	Ketrampilan Manajerial.....	107
2.23	Strategi Pengelolaan Wirausaha yang Efektif .....	107
2.23.1	Perencanaan.....	108
2.23.2	Organisasi dalam Mengelola.....	109
2.23.3	Pengarahan .....	109
2.23.4	Pengawasan dan Evaluasi.....	110
2.24	Faktor-faktor yang Mendorong dan Penghambat Wirausaha.....	111
2.24.1	Faktor Pendorong Wirausaha .....	111
2.24.2	Faktor Penghambat Wirausaha.....	114
2.25	Faktor-faktor Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan dalam Berwirausaha .....	118
2.26	Problematika Berwirausaha .....	119
2.27	Kerangka Berfikir .....	123
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Pendekatan dan jenis Penelitian.....	126
3.2	Lokasi dan Subjek Penelitian.....	127
3.2.1	Lokasi Penelitian .....	127
3.2.2	Subjek Penelitian .....	128
3.3	Fokus Penelitian.....	128
3.4	Prosedur Pengumpulan Data.....	128
3.4.1	Sumber dan Jenis Data .....	128
3.4.2	Instrumen Penelitian .....	129
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	129
3.5.1	Metode Wawancara .....	129
3.5.2	Metode Observasi .....	131
3.5.3	Metode Dokumentasi.....	132
3.6	Keabsahan Data Penelitian.....	133
3.6.1	Tahap Pelaksanaan Penelitian .....	133
3.6.1.1	Tahap Persiapan .....	133
3.6.1.2	Tahap Orientasi .....	134
3.6.1.3	Tahap Eksporasi .....	134
3.6.1.4	Tahap Pemeriksaan Terhadap Keabsahan Data .....	134
3.7	Analisis Data .....	137
3.7.1	Pengumpulan Data.....	139
3.7.2	Reduksi Data .....	139
3.7.3	Penyajian Data.....	140
3.7.4	Menarik Kesimpulan .....	140

<b>BAB IV SETTING PENELITIAN</b>	
4.1 Setting Penelitian .....	142
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	142
4.1.1.1 Lokasi Penelitian.....	142
4.1.1.2 Keadaan Alam.....	142
4.1.1.3KeadaanGeografis .....	143
4.1.1.4 Penduduk.....	144
4.1.1.5 Struktur Pemerintahan Desa .....	144
4.2 Sejarah Sandal Kelom Geulis.....	145
4.3 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	146
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Hasil Wawancara .....	148
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	163
5.2.1 Motivasi Mantan Karyawan dalam Berwirausaha .....	163
5.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Motivasi dalam Berwirausaha.....	166
5.2.3 Peran Usaha Sandal Kelom Geulis dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha .....	168
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Simpulan .....	173
6.2 Saran .....	175
DAFTAR PUSTAKA .....	177
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	179

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Proses dan kreativitas.....	86
Tabel 2.2 Ciri dan watak wirausaha .....	99

## **DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1 Ciri-ciri Orang Termotivasi.....	35
Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Maslow .....	38
Gambar 2.3 Three Driving Forces .....	71
Gambar 2.4 Model Analisis Diri Wirausaha.....	95
Gambar 2.5 Langkah Menuju Wirausaha Yang Berhasil .....	117
Gambar 2.6 Krangka Berpikir.....	122

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini Indonesia belum pulih benar dari krisis multidimensi sejak tahun 1997. Angka pengangguran masih relatif tinggi, sementara angka kemiskinan juga tidak kunjung menurun secara signifikan. Situasi seperti ini semua pihak ditantang untuk mengatasi permasalahan semacam ini. Salah satu alternatif yang paling populer adalah mengembangkan sikap dan perilaku kewirausahaan masyarakat. Kemajuan ekonomi suatu bangsa ditentukan oleh banyaknya orang yang memiliki semangat kewirausahaan.

Demikian pendapat David McClelland (1971: 98), bahkan secara tegas menyebutkan bahwa suatu Negara dapat mencapai kemakmuran jikalau memiliki jumlah entrepreneur (wirausaha) sebanyak 2% dari jumlah populasi negara tersebut. Wirausahawan dengan demikian memiliki peran strategis dalam menciptakan usaha-usaha baru serta membuka lapangan kerja baru. Senada dengan McClelland, Yohanes Surya (2010:13), menyatakan akan sangat ideal kalau suatu bangsa memiliki 10% orang yang berjiwa kewirausahaan karena merekalah yang mampu menjadi motor pertumbuhan ekonomi bangsa tersebut.

Pada krisis ekonomi ini sangatlah berdampak pada sulitnya lapangan pekerjaan, jumlah pengangguran yang ada tidak sebanding dengan jumlah lapangan pekerjaan yang ada. Di Indonesia pada khususnya terdapat banyak pengangguran dalam masa produktif. Hal tersebut mengakibatkan tidak sedikit

masyarakat pada masa sekarang ini mengalami kesulitan ekonomi yang berkepanjangan.

Pengangguran adalah masa yang cukup serius terjadi di Indonesia. Kondisi ini diperparah dengan terjadinya gulung tikar yang dialami oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) karena krisis global yang melanda beberapa waktu lalu, sehingga jumlah pengangguran semakin bertambah.

Salah satu langkah yang dilakukan pemerintah dalam mengatasi krisis ekonomi yaitu dengan meningkatkan pembangunan di bidang industri, baik di industri besar maupun industri rumahan, maka pembangunan industri memiliki peranan yang sangat penting.

Guna meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat diperlukan usaha-usaha, diantaranya melalui wirausaha. Kewirausahaan sebagai alternatif terakhir dalam melihat suatu peluang kerja. Budaya menjadi seorang karyawan atau pegawai di industri pemerintah atau swasta masih erat melekat. Pemikiran seperti ini harus segera diubah dengan berbagai kegiatan, salah satunya melalui wirausaha. Saat ini perlu dikembangkan kewirausahaan pada industri rumahan semaksimal mungkin.

Wirausaha diperlukan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat, melalui industri rumahan atau sering disebut dengan Usaha Kecil Menengah. Melalui wirausaha keluarga atau UKM diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dimasa depan dan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga.



Usaha Kecil sebagaimana dimaksud Undang-undang No.9 Tahun 1995 adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah). Jumlah tenaga kerja pada usaha kecil adalah 5-19 orang.

Berdasarkan *Journal International of Business and Economic in Indonesia Vol. 1, No. 1* 1995 oleh Soetrisno yaitu:

*By law every business in various economic sectors within the meaning of the Law No.9/1995 can be categorized as small businesses throughout his turnover of less than Rp. 1 billion, have assets of less than Rp. 200 million excluding land and buil dings and not subsidiaries of large corporations. Coverage is broad and wide indeed cause the focus of development is often not effective, because the character and orientation of a business that is run by a business owner, if used as the basis for financing the provision of expert processing, small businesses in terms of Law no. 9 / 1995 can be divided into three groups: 1. Group of micro-businesses with a turnover of less than Rp. About 50 million represents 97% of the total business population kecil.2. small-business group with turnover of between Rp. 50 million - Rp. 500 million in a relatively small number of only about 2% of total small business population, 3. small and medium business group may be what we call micro-businesses that have turnover of ants.*

Secara legal setiap usaha yang ada di berbagai sektor ekonomi menurut pengertian UU No.9/1995 dapat dikategorikan sebagai usaha kecil sepanjang omset nya berada di bawah Rp. 1 miliar, memiliki aset kurang dari Rp. 200 juta di luar tanah dan bangunan dan bukan merupakan anak perusahaan dari usaha besar. Cakupan yang luas dan melebar memang menyebabkan fokus

pengembangan sering tidak efektif, karena karakter dan orientasi bisnis yang dijalankan oleh para pemilik usaha, jika digunakan basis penyediaan pembiayaan sebagai pengolah pakar maka usaha kecil dalam pengertian UU No. 9/1995 dapat dibedakan menjadi tiga kelompok: 1. Kelompok usaha mikro dengan omset dibawah Rp. 50 juta yang diperkirakan merupakan 97 % dari seluruh populasi usaha kecil.2. Kelompok usaha kecil dengan omset antara Rp. 50 juta – Rp. 500 juta yang jumlahnya relatif kecil hanya sekitar 2 % dari seluruh populasi usaha kecil,3. Kelompok usaha kecil menengah mungkin dapat kita sebut usaha mikro yang memiliki omset antara Rp. 500 juta – Rp. 1 miliar dan relatif sangat kecil jumlahnya yaitu kurang dari 1 % atau tepatnya sekitar 0,5 % saja.

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik atau keuntungan yang besar.

Kegiatan wirausaha dalam masyarakat terdiri dari berbagai macam wirausaha. Penelitian ini merupakan salah satu jenis kegiatan wirausaha di bidang usaha Sandal Kelom Geulis, yang merupakan UKM yang mengelola dari bahan mentah menjadi bahan jadi pakai.

Usaha untuk meningkatkan pendapatan masyarakat bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, mengingat masalah yang di hadapi sangat beragam dan kompleks, masalah-masalah tersebut diantaranya adalah faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi motivasi berwirausaha masyarakat.

Sedangkan Motivasi kewirausahaan adalah keinginan dan kemampuan seseorang dalam mengelola semua peluang menjadi suatu nilai yang bermanfaat dan bernilai ekonomi.

Penelitian wirusaha sandal kelom geulis yang dimaksud yaitu wirausaha yang terdapat di Kota Tasikmalaya khususnya di Desa Setiawargi Kecamatan Tamansari. Penelitian tentang peran pengusaha sandal kelom geulis terhadap motivasi wirausaha mantan karyawan di Desa Setiawargi ini dengan alasan bahwa mantan karyawan sandal kelom geulis ini berwirausaha dengan usaha yang sama yaitu sandal kelom, walaupun banyak UKM yang berada di desa Setiawargi yakni sandal spons, bordiran (baju, krudung dan mukena), baju koko namun yang paling melonjak adalah usaha sandal kelom geulis yang sampai saat ini menjadi primadona dan semakin banyak inovasi yang dibuat. Salah satunya adalah usaha sandal kelom geulis CV.Reza yang sudah memproduksi sampai ke jakarta luar jakarta bahkan ke luar negeri seperti China dan CV.Reza ini diberikan kepercayaan oleh pengusaha sandal yang sudah mempunyai nama dan terkenal yaitu sandal Yongki Komaladi, dengan fenomena dan keunikan yang dimiliki saya ingin lebih mengetahui akan usaha sandal kelom terhadap bagaiman dapat memotivasi karyawan dalam

berwirausaha sandal kelom geulis sehingga dapat membuka usaha sendiri yaitu usaha yang sama sandal kekom. Selain itu Tasikmalaya dan spesifiknya Desa Setiawargi merupakan sentra home industri aneka sandal kelom geulis di Kota Tasikmalaya dan di dusun ini belum pernah diadakan penelitian serupa.

Usaha yang dilakukan masyarakat Desa Setiawargi dengan melakukan kegiatan usaha sandal kelom geulis ini tidak lepas dari tujuan masyarakat umumnya dan khususnya keluarga yaitu untuk memotivasi karyawan agar dapat meningkatkan taraf hidup suatu keluarga sehingga keluarga tersebut meningkatkan kesejahteraan keluarga dan mempunyai motivasi akan wirausaha sandal kelom geulis ini.

Percepatan pembangunan yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk mengejar ketertinggalannya akibat krisis ekonomi dan moneter yang dialami oleh bangsa Indonesia terus dilakukan. Salah satu usaha yang dilakukan oleh pemerintah adalah memberikan ruang gerak yang proporsional kepada para pengusaha kecil dan menengah (UKM) sekaligus memberdayakannya.

Pengalaman masa lalu menunjukkan bahwa sektor riil yang dikuasai oleh perusahaan konglomerasi yang tidak didukung oleh kinerja yang baik, menyebabkan mereka menjadi bangkrut akibat krisis, yang selanjutnya dalam skala yang lebih luas menjadikan negara Indonesia terpuruk karena jumlah mereka yang sedikit ternyata menguasai sebagian besar perekonomian nasional.

Di sisi lain, perusahaan kecil dan menengah (UKM) yang jumlahnya sangat banyak namun mempunyai porsi peranan yang kecil dalam perekonomian nasional ternyata mampu bertahan dalam situasi krisis. Hal ini menunjukkan bahwa ketahanan perekonomian nasional Indonesia sesungguhnya berada pada UKM yang secara masal merupakan skala ekonomi kerakyatan.

Terlihat pada usaha kelom geulis (sandal) yang ada di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya, merupakan salah satu UKM yang ada di kota Tasikmalaya walaupun sempat terpuruk karena krisis moneter namun dapat bertahan sampai saat ini. Bahkan dari UKM kelom geulis (sandal) ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan serta semakin banyak inovasi yang dilakukan oleh para wirausaha kelom geulis ini, sehingga telah mengekspor ke berbagai negara dan menciptakan devisa bagi negara.

Tumbuh pesatnya usaha kelom geulis dan minat masyarakat akan sandal kelom geulis di kota Tasikmalaya, jakarta bahkan ke mancanegara seperti Spanyol, Italy, Jerman dll. Sehingga berdampak pada meningkatnya motivasi berwirausaha karena wirausaha kelom geulis yang semakin banyak inovasi yang dibuat maka akan menghasilkan usaha yang berkelanjutan atupun bisa dibidang usaha yang menjanjikan.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan di atas, maka perlu dikaji lebih lanjut bagaimana sebenarnya peran pengusaha sandal kelom geulis dalam memotivasi berwirausaha mantan karyawan di desa setiawargi kota

Tasikmalaya, dengan demikian masalah di atas memerlukan suatu kajian mendalam (penelitian) yang akan mendekatkan kepada pemecahan masalah yang lebih objektif.

Maka dari itu penulis mengangkat judul penelitian mengenai **“Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha Mantan Karyawan Di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya”**.

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Sebuah penelitian perlu adanya identifikasi yang dimaksudkan agar permasalahan (fakta-fakta) dilapangan bisa diuraikan dan nantinya akan memudahkan peneliti dalam penelitian selanjutnya. Berdasarkan hal tersebut maka masalah yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Usaha sandal kelom geulis yang menjanjikan sehingga sangat berperan bagi perekonomian warga ataupun masyarakat di kota Tasikmalaya.
- 1.2.2 Warga Desa Setiawargi yang khususnya dan umumnya masyarakat kota Tasikmalaya yang kebanyakan bekerja pada pembuatan sandal kelom geulis yang semakin banyaknya peminat atau konsumen akan sandal kelom geulis dari kalangan bawah sampai atas, di dalam kota, luar kota hingga manca negara.
- 1.2.3 Warga Tasikmalaya semakin marak atau banyak yang berkecimpung dalam usaha sandal kelom geulis. Berdasarkan pada hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, hal tersebut terjadi karena daerah kota

Tasikmalaya adalah pencetus dari sandal kelom geulis dan usaha yang menjanjikan, hal tersebut dijadikan kesempatan bagi masyarakat Tasikmalaya untuk berwirausaha sandal kelom geulis. Kegiatan wirausaha ini dilakukan tidak hanya oleh orang tua saja akan tetapi banyak juga dari para pemuda setempat yang menjadi wirausaha ataupun bekerja dipembuatan sandal kelom geulis.

- 1.2.4 Peran pengusaha sandal kelom geulis dalam memotivasi berwirausaha mantan karyawan di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya. Hal ini dapat dilihat pada perkembangan perekonomian warga dan semakin pesatnya toko-toko sandal kelom geulis.

Dari Identifikasi masalah tersebut maka peneliti merumuskan masalah penelitian tersebut ke dalam bentuk pertanyaan penelitian, yaitu sebagai berikut:

- 1.2.1.1 Bagaimana peran pengusaha sandal kelom geulis dalam memotivasi berwirausaha mantan karyawan di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya?
- 1.2.1.2 Bagaimana motivasi Karyawan Sandal Kelom Geulis dalam berwirausaha?
- 1.2.1.3 Bagaimana faktor pendukung dan penghambat motivasi mantan Karyawan di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya dalam berwirausaha?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana peran pengusaha sandal kelom geulis dalam memotivasi berwirausaha mantan karyawan Sandal Kelom Geulis di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya.
- 1.3.2 Untuk memperoleh gambaran tentang motivasi mantan Karyawan Sandal Kelom Geulis dalam berwirausaha.
- 1.3.3 Untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat memotivasi mantan Karyawan di Desa Setiawargi dalam berwirausaha.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai di dalam penelitian, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai pendidikan luar sekolah.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis (*Operasional*)**

##### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengembangan pola pikir peneliti khususnya bidang pemberdayaan masyarakat dalam Pendidikan Luar Sekolah (PLS).



b. Bagi Pihak Karyawan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi karyawan sandal kelom geulis untuk terus meningkatkan kualitas kehidupannya melalui bidang ekonomi sebagai salah satu aspeknya.

c. Bagi Dunia Pendidikan Pada Umumnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan sumber inspirasi untuk lebih memperdalam permasalahan yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat sebagai salah satu kajian dari pendidikan luar sekolah.

## **1.5 PENEKASAN ISTILAH**

Untuk menghindari kemungkinan salah tafsir agar pembaca dapat memiliki pemikiran yang sejalan dengan penulis. Adapun batasan masalah mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

### **1.5.1 Peran**

Peranan berasal dari kata peran yang mempunyai arti seperangkat tingkat yang diperankan oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat, sedangkan peranan adalah utama yang harus dilaksanakan (Pusat Pengembangan Bahasa, 1984:64) .

Peranan diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau lembaga dalam suatu peristiwa (Balai Pustaka, 1991:75).

Peranan adalah suatu yang jadi bagian atau yang memegang pimpinan yang terutama dalam terjadinya sesuatu hal atau peristiwa.

Peranan yang dimaksud dalam penelitian itu adalah peran usaha sandal kelom geulis (cantik) dalam meningkatkan motivasi berwirausaha sehingga masyarakat atau para pekerja dapat termotivasi untuk mendirikan wirausaha sandal kelom geulis (cantik) ini.

#### 1.5.2 Kelom Geulis

Dinamakan Kelom Geulis yang hadir sejak awal tahun 1960, berasal dari kayu yang dipola sebagai sandal wanita bermotif, dinamakan Kelom Geulis karena Kelom atau kayu yang sudah dipola dengan ukuran kaki lalu dipahat sesuai dengan pola tersebut setelah itu baru di poles dengan cat (air brush), dibentuk tanpa hak, berhak tebal (wedges), hingga berhak tinggi, agar tidak licin bagian bawahnya dilapisi karet. Bagian muka atau tali kelom geulis juga beragam bahannya mulai kain pesa hingga kulit imitasi, dan untuk mempermanis bagian muka terkadang ditemplei paku-paku dekoratif dan bagian alas kakinya dihiasi dengan berbagai motif ada yang bergambarkan bunga, anak kecil, bahkan pemandangan yang dibuat secara tradisional yaitu digambar sendiri memakai tangan dan sekarang sudah berkembang menggunakan mesin cetak yakni sablon, sehingga kelom tersebut menjadi cantik makanya itu sandal yang dari kayu ini dinamakan kelom geulis (kelom cantik).

#### 1.5.3 Motivasi

Jauhari (2008: 1), motivasi dapat diartikan sebagai dorongan dasar yang menggerakkan seseorang untuk bertingkah laku. Motivasi yang ada

dalam diri seseorang merupakan kekuatan yang mendorong dan mewujudkan suatu perilaku guna mencapai tujuan kepuasan dirinya.

Sedangkan Soemanto (1999: 2), secara umum mendefinisikan motivasi sebagai suatu perubahan tenaga yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi pencapaian tujuan. Karena kelakuan manusia itu selalu bertujuan, kita dapat menyimpulkan bahwa perubahan tenaga yang memberi kekuatan bagi tingkahlaku mencapai tujuan, telah terjadi di dalam diri seseorang.

Bertolak dari berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi pada dasarnya merupakan suatu dorongan yang tumbuh dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai tujuan yang diinginkannya.

Motivasi menurut Nasution (2000: 73), motif adalah segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu.

Menurut Hasibuan (2008: 95), motivasi suatu pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan.

Pengertian motivasi yang lain diutarakan oleh Hamzah (2009: 3), motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya.

#### 1.5.4 Wirausaha

Berwirausaha berasal dari kata “wirausaha” yang mendapatkan awalan “ber”. Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menangkap peluang bisnis, mengelola sumber daya yang dibutuhkan guna mendapat keuntungan dan mengambil tindakan tepat serta memastikan keberhasilan (Kosim, 2000: 565).

Menurut Steinhoff dan Burgess dalam Suryana (2001: 11) wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola, dan berani menanggung risiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang usaha.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli terkait pengertian wirausaha, dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang yang mampu mengorganisir, mengelola, dan berani menghadapi tantangan dalam menciptakan peluang usaha. Berwirausaha dapat diartikan tindakan seseorang untuk mengorganisir, mengelola, dan berani menghadapi tantangan dalam menciptakan peluang usaha dan dorongan secara sadar seseorang untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan dunia usaha.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam pembahasan dan penyusunan selanjutnya, maka berikut ini adalah rencana peneliti membagi pokok-pokok pembahasan yang terdiri dari :

## BAB I : Pendahuluan

Terdiri dari Latar Belakang Penelitian, Identifikasi dan Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Struktur Organisasi Skripsi.

## BAB II : Kajian Pustaka

Terdiri dari konsep Kelom Geulis, Konsep Kewirausahaan, Konsep Motivasi.

## BAB III : Metode Penelitian

Terdiri atas Lokasi dan Subjek Penelitian, Desain Penelitian, Definisi Operasional, Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Analisis Data.

## BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Identitas Responden Penelitian, Deskripsi Hasil Penelitian, Pembahasan Hasil Penelitian.

## BAB V : Simpulan dan Saran

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Peran**

Peran adalah sebagaimana dikemukakan oleh J.R da Alien. V.L yang di kutip oleh Miftah Thoha (1993:10) dalam buku kepemimpinan manajemen bahwa peran adalah suatu rangkaian yang teratur yang ditimbulkan karena suatu jabatan.

Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kecendrungan untuk hidup berkelompok. Kehidupan berkelompok tadi akan terjadi interaksi antara anggota msyarakat yang satu dengan anggota masyarakat yang lainnya. Tumbuhnya interaksi diantara mereka ada saling ketergantungan.

Kehidupan bermasyarakat itu munculnya apa yang dinamakan peran (rule). Peran merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan seseorang, apabila seseorang melaksanakan hak-hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka orang yang bersangkutan menjajjikan suatu peranan.

Memberikan pemahaman yang lebih jelas ada baiknya terlebih dahulu kita pahami tentang pengertian peran. Menurut Yasyin (1995: 176) peranan adalah sesuatu yang diperbuat, sesuatu tugas, sesuatu hal yang pengaruhnya pada suatu peristiwa.

Sedangkan menurut Soekanto (1987: 221) peran adalah segala sesuatu oleh seseorang atau kelompok orang dalam melakuka suatu kegiatan karena kedudukan yang dimilikinya. Berdasarkan pengertian diatas maka melihat dalam peran terdapat unsur individu sebagai subyek yang

melakukan peranan tertentu. Selain itu, dalam peran terdapat pula adanya status atau kedudukan seseorang dalam suatu masyarakat, artinya jika seseorang memiliki kedudukan (status) maka yang bersangkutan menjajankan peran tertentu pula. Dengan demikian antara peran dan kedudukan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Lain halnya dengan Soejono Soekanto (1986: 200) menyebutkan bahwa suatu peranan paling sedikit mencakup tiga hal yaitu:

1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat wewenang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat.
2. Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peran juga dapat dikatakan sebagai perikelakuan yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Berdasarkan ketiga hal di atas, maka dalam peran perlu adanya fasilitas-fasilitas bagi seseorang atau kelompok untuk menjalankan peranannya. Lembaga-lembaga kemasyarakatan yang ada merupakan bagian dari masyarakat yang dapat memberikan peluang untuk pelaksanaan peranan seseorang atau kelompok.

Peranan yang melekat pada setiap individu dan suatu masyarakat memiliki kepentingan dalam hal-hal:

1. Beberapa peran-peran tertentu harus dilaksanakan apabila struktur masyarakat hendak mempertahankan kelangsungannya.
2. Peranan hendaknya dilekatkan pada individu yang oleh masyarakat dianggap mampu untuk melaksanakannya.
3. Dalam masyarakat kadang-kadang dijumpai individu yang tidak mampu melaksanakan perannya sebagaimana diterapkan. Oleh karena mungkin pelaksanaannya memerlukan pengorbanan yang terlalu banyak artinya kepentingan-kepentingan pribadinya.
4. Apabila semua orang sanggup dan mampu melaksanakan peranannya, belum tentu masyarakat dapat memberikan peluang-peluang yang seimbang bahkan sering kali terlihat masyarakat terpaksa membatasi peluang-peluang tersebut (Soejono Soekanto, 1986:223)

Selain peranan yang melekat pada diri individu seperti yang dijelaskan diatas, individu juga secara langsung akan melakukan beberapa peranan dalam lingkungan tempat mereka melakukan aktivitas keseharian.

Peranan yang dilakukan oleh individu dalam lingkungannya antara lain:

1) Peranan dalam keluarga

Lingkungan dalam keluarga individu akan bertindak sesuai dengan status yang melekat pada dirinya. Misalnya orang tua akan mengemban tugas untuk mengasuh dan mendidik anaknya. Kewajiban ini didasari oleh kasih sayang yang berarti ada tanggungjawab moral. Orang tua secara sadar wajib membimbing anaknya sampai mencapai kedewasaan dan kemudian mampu mandiri. Beberapa hal yang



mendasar seseorang yang melakukan sesuatu terhadap keluarganya adalah:

- a. Dorongan kasih sayang yang menumbuhkan sikap rela mengabdikan atau berkorban demi keluarganya.
- b. Dorongan kewajiban moral sebagai konsekuensi kedudukan orang tua terhadap keturunannya, meliputi nilai-nilai religius serta menjaga martabat dan kehormatan keluarga.
- c. Tanggung jawab sosial berdasarkan keserawan bahwa keluarga sebagai anggota masyarakat, bangsa dan negara, bukan kemanusiaan.

## 2) Peranan dalam tempat kerja

Dunia kerja menerima tanggung jawab seseorang berdasarkan kemampuan atau kapasitas seseorang tersebut. Pada hakekatnya manusia adalah produk dari lingkungan sosial dan budayanya, dan sebaliknya lingkungan tersebut adalah hasil dari ciptaan mereka sendiri. Ada beberapa tanggung jawab yang melekat pada diri seseorang dilingkungan kerjanya antara lain:

- a. Ketentuan-ketentuan yang bersifat formal sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- b. Ruang lingkup kerja berdasarkan kapasitas dan kemampuan yang dipercayakan oleh perusahaan/instansi.
- c. Tingkat emosional dan profesional.

### 3) Peranan di Masyarakat

Sebenarnya manusia hidup dalam lingkungan yang kelompok. Lingkungan tersebut menjadi lebih kompleks karena adanya perkembangan dan perubahan jaman. Dalam lingkungan masyarakat peranan masyarakat peranan seseorang sangat dibatasi dengan aturan atau norma-norma yang ada dan berlaku dalam masyarakat tersebut. Seseorang dituntut untuk dapat melakukan penyesuaian atau adaptasi dengan lingkungan masyarakat sekitar yang sudah memiliki kebudayaan atau aturan adat sendiri, ciri-ciri khusus pada setiap masyarakat antara lain tercermin dalam :

- a. Nilai sosial dan kebudayaan masyarakat yang bersangkutan.
- b. Pandangan hidup, falsafah masyarakat yang bersangkutan khususnya cita-cita dan tanggung jawab.
- c. Pengaruh atau keadaan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang kehidupan masyarakat yang bersangkutan.

## **2.2 Peran Wirausaha Bagi Lingkungannya**

Dalam pandangan Schumpeter, seorang wirausaha adalah inovator. Hanya seseorang yang sedang melakukan inovasi yang dapat disebut sebagai wirausaha. Mereka yang tidak lagi melakukan inovasi, walaupun pernah, tidak dapat lagi dianggap sebagai wirausaha. Wirausaha bukan-lah jabatan, melainkan suatu peran.

Berdasarkan pengertian tentang wirausaha yang telah dibahas sebelumnya dapat disimpulkan bahwa peran wirausaha yang utama bagi lingkungannya adalah sebagai berikut:

1. Memperbaharui dengan “merusak secara kreatif”.

Dengan keberaniannya melihat dan mengubah apa yang sudah dianggap mapan, rutin, dan memuaskan.

2. Inovator

Menghadirkan hal yang baru di masyarakat.

3. Mengambil dan memperhitungkan resiko.

4. Mencari peluang dan memanfaatkannya

5. Menciptakan organisasi baru.

## **2.3 Kelom Geulis**

### **2.3.1 Asal Mula Kata “Kelom Geulis”**

Berdasarkan *Ensiklopedi Sunda Alam, Manusia, dan Budaya* oleh Rosidi (2000: 340) yaitu :

Kata *kelom* diambil dari bahasa Belanda “*klompen*” yang berarti sandal kayu. Memang, di Negeri Belanda pun ada sandal kayu seperti ini. Bedanya, model *klompen* lebih tertutup seperti sepatu slip on, sementara sandal *kelom geulis* cenderung terbuka dengan hiasan dan kreasi ban di bagian atasnya.

Tinggi hak sandal *kelom* beragam, mulai dari yang 3 cm atau dikenal sebagai model “teplek”, sampai yang tinggi sampai 10 cm. Bentuk hak sandal *kelom* beragam, ada yang berbentuk hak biasa, lancip seperti sandal

wanita pada umumnya, rata (wedges), bahkan dengan berbagai kreasi bentuk seperti misalnya hak berbentuk bola, roda, dan bulat telur.

Langkah-langkah Pembuatan Sandal Kelom Geulis yaitu :

1. kayu bahan dipotong dan kemudian diserut sehingga berbentuk alas kaki, lalu dirapikan dan dikeringkan di bawah sinar matahari.
2. Setelah itu, bahan kelom yang telah kering dihaluskan dengan menggunakan gerinda dan amplas, sehingga terlihat serat kayunya. Bahan Kelom Geulis kemudian diberi cat dasar. Pemberian cat dasar ini ditujukan untuk menghilangkan pori-pori kayu.
3. Selanjutnya bahan Kelom Geulis yang sudah setengah jadi diwarnai dengan teknik airbrush. Bahan Kelom Geulis yang telah di-airbrush kemudian dikeringkan. Selesailah proses pembuatan alas kayu kelom geulis.
4. Langkah terakhir adalah memasang muka/bagian atas kelom geulis. Bagian muka ini terbuat dari berbagai bahan sesuai model yang diinginkan. Ada yang menggunakan kain dengan detail bordir, kulit yang dianyam atau bahkan menggunakan bahan plastik mika. Detail muka ini membuat kelom geulis tasik terlihat lebih bervariasi, cantik dan menarik.

### 2.3.2 Usaha Kelom Geulis

Desa Setiawargi Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya Jawa Barat ini adalah banyaknya pengrajin Kelom yang dinamakan Kelom Geulis yang sudah hadir sejak awal tahun 1960, berasal dari kayu yang dipola

sebagai sandal wanita bermotif, dinamakan Kelom Geulis karena Kelom atau kayu yang sudah dipola dengan ukuran kaki lalu dipahat sesuai dengan pola tersebut setelah itu baru di poles dengan cat (*air brush*), dibentuk tanpa hak, berhak tebal (*wedges*), hingga berhak tinggi, agar tidak licin bagian bawahnya dilapisi karet. Bagian muka atau tali kelom geulis juga beragam bahannya mulai kain pesa hingga kulit imitasi, dan untuk mempermanis bagian muka terkadang ditemplei paku-paku dekoratif dan bagian alas kakinya dihiasi dengan berbagai motif ada yang bergambarkan bunga, anak kecil, bahkan pemandangan yang dibuat secara tradisional yaitu digambar sendiri memakai tangan dan sekarang sudah berkembang menggunakan mesin cetak yakni sablon, sehingga kelom tersebut menjadi cantik makanya itu sandal yang dari kayu ini dinamakan kelom geulis (kelom cantik). Yang awalnya para pengrajin ini hanya membuat kelom geulis tanpa ada motif-motifnya hanya polos seperti sandal bakiak, dengan berjalannya waktu maka banyak sekali inovasi yang dibuat seperti yang dipaparkan diatas sekarang Kelom Geulis tersebut sudah terjual didalam Negeri Bandung, Jakarta, Banjarnegara, Banyumas, Kendal, hingga ke manca negara (Ekspor) ke Spanyol, Jepang, Afrika, Eropa, india, italy dan Bangladeshsb.

## **2.4 Konsep Motivasi**

### **2.4.1 Pengertian Motivasi**

Ahira (2011: 27), motivasi berasal dari kata “motif” yang artinya dorongan/keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Handoko

mengemukakan bahwa motivasi adalah keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi adalah sesuatu yang menggerak dan mengarah tuju seseorang dalam tindakan-tindakannya sama ada secara negatif atau positif

Sedangkan menurut Suhaimin dalam Arep & Tanjung (2003: 12) motivasi merupakan sesuatu yang pokok yang menjadi dorongan seseorang untuk bekerja. Dalam pengertian lain motivasi dapat diartikan dorongan mental terhadap perorangan atau orang-orang sebagai anggota masyarakat.

Pada hakekatnya tingkahlaku manusia itu selalu bertujuan sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan tenaga yang memberi kekuatan bagi tingkahlaku mencapai tujuan, telah terjadi di dalam diri seseorang. Morgan mengemukakan bahwa motivasi bertalian dengan tiga hal yang sekaligus merupakan aspek- aspek dari motivasi. Ketiga hal tersebut adalah: keadaan yang mendorong tingkah laku, tingkah laku yang didorong oleh keadaan tersebut, dan tujuan dari pada tingkah laku tersebut. Selain pendapat dari Morgan, pendapat dari ahli lain yaitu McClelland (1971: 89), memilih pengertian motivasi sebagai perubahan tenaga di dalam diri seseorang yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi mencapai tujuan. Motivasi merupakan masalah kompleks dalam organisasi, karena kebutuhan dan keinginan setiap anggota organisasi berbeda satu dengan yang lainnya. Hal ini berbeda karena setiap anggota suatu organisasi

adalah unik secara biologis maupun psikologis, dan berkembang atas dasar proses belajar yang bereda pula.

Menurut Hamalik dalam Djamarah (2002: 114), perubahan energi dalam diri seseorang berbentuk suatu aktivitas nyata berupa kegiatan fisik. Hal tersebut dikarenakan seseorang mempunyai tujuan tertentu dari aktivitasnya, sehingga seseorang mempunyai motivasi yang kuat dengan segala upaya untuk mencapainya.

Dari pendapat ini terkandung 3 (tiga) elemen yaitu:

- (1) Motivasi mengawali terjadinya perubahan dalam individu.
- (2) Motivasi ditandai dengan munculnya feeling, afeksi seseorang, sehingga motivasi relevan dengan masalah kejiwaan, afeksi, dan emosi yang dapat menemukan tingkahlaku manusia.
- (3) Motivasi akan dirangsang oleh tujuan yang muncul dari dalam sehingga kehadirannya dikarenakan adanya dorongan seperti tujuan.

Maslow dalam Suryana (2003: 32) percaya bahwa tingkahlaku manusia dibangkitkan dan diarahkan oleh kebutuhan-kebutuhan tertentu seperti kebutuhan fisiologis, rasa aman, rasa cinta, penghargaan, aktualisasi diri, mengetahui dan mengerti, dan kebutuhan estetik. Kebutuhan-kebutuhan inilah menurut Maslow yang mampu memotivasi tingkahlaku individu.

Dari pengertian-pengertian motivasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu keadaan atau kondisi yang mendorong, merangsang atau menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu atau kegiatan yang dilakukannya sehingga ia dapat mencapai tujuannya.

Istilah motivasi menurut Hasibuan (2008: 92) berasal dari bahasa latin *movere* yang dapat diartikan sebagai kebutuhan, keinginan, daya penggerak, dorongan atau rangsangan. Motif ini bersifat kasat mata atau dengan kata lain tidak dapat diamati secara langsung akan tetapi dapat diinterpretasikan ke dalam tingkah laku seseorang menjadi sebuah motivasi. Motif ini hanya sebagai rangsangan awal yang sudah ada dalam setiap individu-individu, hanya saja belum menjadi sesuatu yang dapat diamati atau dengan kata lain belum diimplementasikan.

Motivasi memiliki pengertian, menurut Hasibuan (2008: 95):

Suatu pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan.

Pengertian motivasi yang lain diutarakan oleh Hamzah (2009:3):

Motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya.

Merujuk pada kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi antara motif dengan motivasi yaitu motivasi muncul ketika telah ada motif yang terlebih dahulu ada, dengan kata lain motif direalisasikan (diberi daya dorong/rangsangan) dengan motivasi untuk mencapai suatu tujuan.



Seorang individu ketika melakukan sesuatu tentulah perlu ada motif terlebih dahulu, motif itu bias dimunculkan dengan pemberian motivasi yang sesuai dengan harapan ataupun keinginannya. Motif seseorang pastinya tidak akan sama, ada hal-hal yang menurut individu tersebut dianggap prioritas sedangkan bagi individu lain hanya ditempatkan sebagai sekunder ataupun tertier. Oleh karena hal tersebut, seorang yang akan memberikan suatu motivasi perlu memahami hal-hal tersebut.

Menurut W.A Gerungan dalam Hamzah (2009: 3) motif dibedakan menjadi tiga macam, yaitu 1) motif biogenetis, yaitu motif yang berasal dari kebutuhan-kebutuhan organisme demi kelanjutan hidupnya, misalnya lapar, haus, kebutuhan akan kegiatan dan istirahat, mengambil napas, pemenuhan seksualitas dan lain sebagainya; 2) motif sosiogenetis, yaitu motif-motif yang berkembang berasal dari lingkungan kebudayaan tempat orang tersebut berada; 3) motif teologis; dalam motif ini manusia adalah sebagai makhluk yang berketuhanan, sehingga ada interaksi antara manusia dengan Tuhan-Nya, seperti ibadahnya dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan pendapat W.A Gerungan dapat disimpulkan bahwa motif tidak hanya ada muncul atas inisiatif sendiri akan tetapi dipengaruhi juga oleh beberapa faktor yang di antaranya motif biogenetis, motif sosiogenetis dan motif teologis.

## **2.5 Tujuan, Unsur-unsur, Alat dan Jenis Motivasi**

### **2.5.1 Tujuan Motivasi**

Tujuan motivasi menurut Hasibuan (2008: 97) yaitu :

- a. Mendorong gairah dan semangat kerja
- b. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja
- c. Meningkatkan produktivitas kerja
- d. Mempertahankan loyalitas dan kestabilan
- e. Meningkatkan kedisiplinan
- f. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
- g. Meningkatkan kreativitas dan partisipasi
- h. Meningkatkan tingkat kesejahteraan
- i. Mempertinggi rasa tanggung jawab.

### **2.5.2 Alat-alat Motivasi**

Secara umum alat-alat untuk memotivasi menurut Hasibuan (2008: 99), ada tiga jenis alat-alat untuk memotivasi yaitu:

1. Materiil Insentif, yaitu alat motivasi yang diberikan berupa uang dan atau barang yang mempunyai nilai pasar, jadi memberikan kebutuhan ekonomis.
2. Nonmateriil Insentif, yaitu alat motivasi yang diberikan berupa barang/benda yang tidak ternilai, jadi hanya memberikan kepuasan atau kebanggaan rohani saja.
3. Kombinasi Materiil dan Nonmateriil Insentif, yaitu alat motivasi yang diberikan berupa materiil (uang dan barang) dan nonmaterial (medali

dan piagam); dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomis dan kepuasan atau kebanggaan rohani.

Tiga jenis alat yang diutarakan oleh Hasibuan di atas telah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya yang hanya dapat dimotivasi melalui alat-alat tersebut. Jadi untuk memunculkan motivasi yang ada dalam setiap diri individu diperlukan suatu alat pemicu yang telah dijelaskan di atas, alat-alat tersebut akan mempermudah seorang yang akan memotivasi (motivator) ketika akan memotivasi.

### 2.5.3 Jenis-jenis Motivasi

Jenis-jenis motivasi adalah sebuah upaya/strategi yang dilakukan seorang motivator kepada orang yang akan dimotivasi. Ketika melakukan motivasi tentu harus mempertimbangkan selain kebutuhan pada tiap individu yang berbeda juga cara mereka melakukan sesuatu harus masuk dalam kriteria pertimbangan, karena pada saat seseorang telah diberikan motivasi belum tentu mereka akan langsung tergerak untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan. Motif atau motivasi yang cenderung fluktuatif, maka perlu diberikan suatu *treatment* agar inkonsistensi dalam motivasi tersebut tidak terlalu jauh turun dan dapat stabil dalam kondisi yang diinginkan, seorang motivator perlu menggunakan jenis-jenis yang ada dalam motivasi. Jenis-jenis untuk memotivasi tersebut menurut Hasibuan (2008: 99), yaitu:

1. Motivasi Positif (Insentif positif), adalah suatu upaya pimpinan memotivasi bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka

yang berprestasi baik. Dengan motivasi positif ini semangat bekerja bawahan akan meningkat, karena manusia pada umumnya senang menerima yang baik-baik saja.

2. Motivasi Negatif (Insentif negatif), yaitu upaya pimpinan memotivasi bawahan dengan memberikan hukuman kepada mereka yang pekerjaannya kurang baik (prestasi rendah). Tujuan dari memotivasi negatif ini akan meningkatkan semangat kerja bawahan dalam jangka waktu yang pendek, karena mereka akan takut dihukum, akan tetapi jika dilakukan untuk jangka waktu yang panjang maka akan berakibat kurang baik.

Sesuai dengan pendapat tersebut, pemberian jenis-jenis motivasi tersebut dapat dilakukan secara kondisional, perlu ada keseimbangan di dalamnya. Keseimbangan tersebut diperlukan untuk tetap menjaga kestabilan motif orang yang diberi motivasi, karena jika penggunaan hal tersebut berat sebelah, misalnya pimpinan lebih banyak menggunakan motivasi negatif maka akan berdampak pada kinerja bawahan yang semakin menurun dan rasa empati, simpati dan hormat dari bawahan akan hilang, pun begitu sebaliknya, jika pimpinan lebih banyak menggunakan motivasi positif maka dampaknya pun akan tidak baik juga. Maka dari itu seorang pimpinan (motivator) perlu memahami betul kondisi orang yang akan dimotivasi agar pemberian *treatment* dapat memberikan dampak yang positif.

Menurut Jauhari (2008: 7) motivasi terbagi menjadi 2 yaitu:

1). *Motivasi Intrinsik*

Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang muncul dari dalam, misalnya minat atau keingintahuan. Dengan kata lain motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam setiap diri individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Jadi motif tersebut berfokus dalam kegiatan atau objek yang ditekuninya.

Motivasi intrinsik dapat terbentuk melalui konsep identifikasi tingkahlaku seseorang yang merasa senang terhadap sesuatu hal. Apabila seseorang menyenangi sebuah kegiatan maka akan menjadikan seseorang termotivasi untuk melakukan kegiatan tersebut. Sedangkan jika seseorang sedang menghadapi tantangan, maka mereka akan yakin terhadap kemampuannya dan akan mencoba melakukan tantangan tersebut.

2). *Motivasi Ekstrinsik*

Motivasi ekstrinsik merupakan motivasi yang terbentuk karena pengaruh faktor eksternal, misalnya lingkungan. Maksudnya adalah motivasi dapat timbul jika seseorang merasa tertarik dengan sesuatu yang ada disekitarnya. Contohnya yaitu seorang mahasiswa yang ikut berwirausaha dikarenakan mengikuti arahan dari temannya, sedangkan mahasiswa tersebut sebenarnya kurang tertarik dalam berwirausaha.

Pada dasarnya sumber utama dari munculnya motivasi berasal dari rangsangan (stimulasi) perbedaan situasi zaman sekarang dengan situasi zaman yang seseorang harapkan. Akibatnya tanda perubahan tersebut tampak pada adanya perbedaan afektif saat munculnya motif dan saat usaha atau proses pencapaian yang seseorang harapkan.

Kedua motivasi yang telah dipaparkan diatas sebenarnya akan berpengaruh pada masing-masing individu jika individu tersebut mampu menerapkan ke dalam perilaku. Sebab, jika seseorang memiliki motivasi intrinsik tetapi tidak ada niat untuk melaksanakannya, maka tidak akan berarti apa-apa. Begitu pula dengan motivasi ekstrinsik.

#### 2.5.4 Unsur-Unsur Motivasi

Menurut Jauhari (2008 : 11) terdapat 3 unsur dalam motivasi yaitu :

##### 1. *Tujuan*

Manusia adalah makhluk bertujuan, meski tidak ada manusia yang mempunyai tujuan yang benar-benar sama. Demikian juga sama halnya dengan organisasi. Idealnya semua manusia organisasional memiliki motivasi tinggi dan ada kesadaran dalam diri mereka bahwa tujuan organisasi adalah bagian dari tugas keorganisasian dan juga tujuan hidupnya. Manusia organisasional yang memiliki motivasi tinggi senantiasa sadar bahwa antara tujuan dirinya dengan tujuan organisasi sama sekali tidak terpisahkan atau walaupun terpisah, tidak

terlalu senjang. Sadar bahwa dia membutuhkan organisasi, dan sadar pula bahwa organisasi membutuhkan dirinya.

## 2. *Kekuatan dari Dalam Diri Individu*

Manusia adalah insan yang memiliki energi, apakah itu energi fisik, otak, mental dan spiritual dalam arti luas. Kekuatan ini berakumulasi dan menjelma dalam bentuk dorongan batin seseorang untuk melakukan sesuatu dengan baik dan benar. Manusia organisasional bekerja dalam organisasi semata-mata karena rasa terpanggil untuk berbuat, tanpa mengingkari ada maksud-maksud yang ingin dicapai dari pekerjaan itu. Perilaku atau perbuatan sehari-hari dari manusia semacam ini berlangsung secara rutin, sengaja dan bersahaja.

## 3. *Keuntungan*

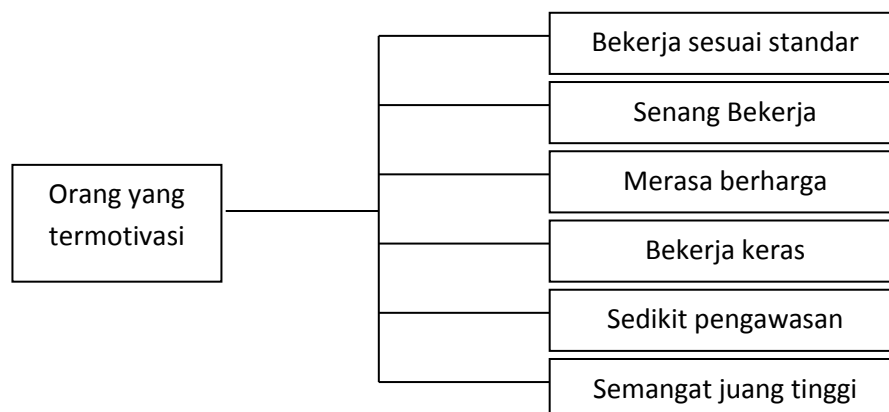
Manusia bekerja ingin mendapatkan keuntungan adalah manusiawi, meski harus dihindari sikap yang hanya ingin bekerja manakala ada keuntungan langsung (*direct profit*) yang akan diperolehnya. Rasa dekat terhadap kebutuhan, keinginan memperoleh imbalan, rasa ingin meningkatkan diri dan seperangkat keinginan mencari keuntungan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari keseluruhan aktivitas manusia. Namun keinginan untuk mendapatkan keuntungan ini akan menjadi bahaya bagi manusia organisasional, jika dia bekerja semata-mata karena dilihat dari dimensi untung-ruginya saja.

## 2.6 Manfaat Motivasi dalam Berwirausaha

Manfaat motivasi menurut Arep & Tanjung (2003: 16) adalah menciptakan gairah dalam melaksanakan aktifitas kerja atau usaha sehingga produktivitas kerja atau usaha menjadi meningkat. Sementara itu, manfaat yang diperoleh karena bekerja dengan orang-orang yang termotivasi adalah pekerjaan dapat diselesaikan dengan tepat. Artinya pekerjaan diselesaikan sesuai standar yang benar dan dalam skala waktu yang sudah ditentukan, serta orang akan senang melakukan pekerjaannya.

Jika seseorang melakukan suatu pekerjaan baik dalam bekerja atau berwirausaha karena adanya motivasi yang mendorongnya untuk melakukan pekerjaan tersebut, maka berakibat orang tersebut akan senang terhadap pekerjaan yang dilakukannya karena merasa dihargai atau diakui. Hal ini dapat dimaklumi karena dorongan yang tinggi untuk menghasilkan sesuatu sesuai target yang ditetapkan.

Adapun ciri-ciri orang yang termotivasi dapat terlihat jelas dalam skema gambar 2.1 sebagai berikut :



Gambar 2.1. Ciri- ciri orang yang termotivasi



## **2.7 Teori Motivasi dalam Berwirausaha**

### **2.7.1 Teori Motivasi**

Douglas McGregor (1993: 21), salah satu aspek penting dalam perusahaan untuk meningkatkan atau menjaga etos kerja para karyawan agar tetap gigih dan giat dalam bekerja guna meningkatkan atau menjaga produktifitas kerja yaitu dengan memberikan motivasi (daya perangsang) bagi para karyawan supaya kegairahan bekerja para karyawan tidak menurun. Kegairahan para pekerja tersebut sangat dibutuhkan suatu perusahaan karena dengan semangat yang tinggi para karyawan dapat bekerja dengan segala daya dan upaya yang mereka miliki (tidak setengah-setengah) sehingga produktifitasnya maksimal dan memungkinkan terwujudnya tujuan yang ingin dicapai.

Menurut *George R. dan Leslie W.* dalam Matutina (1993: 21) mengatakan bahwa motivasi adalah “.....*getting a person to exert a high degree of effort ....*” yang artinya motivasi membuat seseorang bekerja lebih berprestasi.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa motivasi pada dasarnya adalah kondisi mental yang mendorong dilakukannya suatu tindakan (action atau activities) dan memberikan kekuatan yang mengarah kepada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidak

seimbangan. Ada definisi yang menyatakan bahwa motivasi berhubungan dengan :

1. Pengaruh perilaku.
2. Kekuatan reaksi (maksudnya upaya kerja), setelah seseorang karyawan telah memutuskan arah tindakan-tindakan.
3. Persistensi perilaku, atau berapa lama orang yang bersangkutan melanjutkan pelaksanaan perilaku dengan cara tertentu.

Motivasi atau dorongan kepada karyawan untuk bersedia bekerja bersama demi tercapainya tujuan bersama ini terdapat dua macam, yaitu:

- a) Motivasi finansial, yaitu dorongan yang dilakukan dengan memberikan imbalan finansial kepada karyawan. Imbalan tersebut sering disebut insentif.
- b) Motivasi nonfinansial, yaitu dorongan yang diwujudkan tidak dalam bentuk finansial/ uang, akan tetapi berupa hal-hal seperti pujian, penghargaan, pendekatan manusia dan lain sebagainya.

Teori motivasi dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu teori kepuasan (*content theory*) dan teori proses (*process theory*). Teori ini dikenal dengan nama konsep Higiene, yang mana cakupannya adalah:

1. Isi Pekerjaan.

Hal ini berkaitan langsung dengan sifat-sifat dari suatu pekerjaan yang dimiliki oleh tenaga kerja yang isinya meliputi : Prestasi, upaya dari pekerjaan atau karyawan sebagai aset jangka panjang dalam

menghasilkan sesuatu yang positif di dalam pekerjaannya, pengakuan, pekerjaan itu sendiri, tanggung jawab, pengembangan potensi individu.

## 2. Faktor Higienis.

Suatu motivasi yang dapat diwujudkan seperti halnya : gaji dan upah, kondisi kerja, kebijakan dan administrasi perusahaan, hubungan antara pribadi, kualitas supervisi. Pada teori tersebut bahwa perencanaan pekerjaan bagi karyawan haruslah menunjukkan keseimbangan antara dua faktor.

### 2.7.2 Teori Motivasi Hierarki Kebutuhan Maslow

Abraham Maslow dalam Hamzah (2009: 40) mengemukakan bahwa kebutuhan manusia tersebut secara hierarki semuanya laten dalam diri manusia, dalam teori ini Maslow membagi kebutuhan manusia menjadi lima tingkat seperti kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan akan cinta kasih atau kebutuhan sosial (*social needs*), kebutuhan akan penghargaan dan penghormatan (*esteem needs*), dan tingkat yang paling tinggi kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*). Berikut adalah gambar dari tingkatan Teori motivasi hierarki kebutuhan Maslow.

## Bagan 2.2

### Hierarki Kebutuhan Maslow



*Sumber: Hamzah B. Uno*

Teori tersebut didasarkan pada dua asumsi; 1) kebutuhan seseorang tergantung dari apa yang telah dimilikinya dan; 2) kebutuhan merupakan hierarki dilihat dari tingkatan pentingnya. Jadi apabila setiap tingkatan sudah terpenuhi oleh seseorang maka akan naik ketingkatan selanjutnya dan begitu seterusnya. Terpenuhinya kebutuhan tersebut bukan berarti harus terpenuhi secara sempurna semuanya atau dengan sangat memuaskan, dapat saja terjadi jika kebutuhan ditingkat pertama belum memuaskan pemenuhannya akan tetapi telah muncul kebutuhan di tingkat selanjutnya maka hal itu adalah tidak menjadi sebuah masalah yang besar, karena pada dasarnya manusia ingin segera cepat memenuhi semua tingkatannya, hal tersebut dapat dilihat dinegara-negara berkembang masyarakatnya ingin cepat sekali memenuhi semua tingkat kebutuhannya ke tingkat yang lebih tinggi. Jadi dengan kata lain ada keterkaitan antara

tingkatan yang satu dengan tingkatan lainnya sampai dengan semua tingkatan tersebut terpenuhi semuanya.

### 2.7.3 Teori Motivasi Prestasi (*Achievement Theory*)

Berdasarkan *Journal International of Business and Economic in Indonesia Vol.23, No.4 1976* oleh Indarti dan Rostiani yaitu :

*Achievement needs to be interpreted as a single character that motivates a person to face the challenge of achieving success and excellence. Further, McClelland (1976) asserted that the need for achievement as one's personality traits that would encourage someone to have entrepreneurial intentions. According to him, there are three attributes that are attached to someone who has a high need for achievement, namely (a) personal responsibility in making decisions, (b) willing to take risks in accordance with its capabilities, and (c) have always been interested to learn of the decision that have been taken.*

Kebutuhan akan prestasi dapat diartikan sebagai suatu kesatuan watak yang memotivasi seseorang untuk menghadapi tantangan untuk mencapaikesuksesan dan keunggulan. Lebih lanjut, McClelland (1976: 35) menegaskan bahwa kebutuhan akan prestasi sebagai salah satu karakteristik kepribadian seseorang yang akan mendorong seseorang untuk memiliki intensi kewirausahaan. Menurutnya, ada tiga atribut yang melekat pada seseorang yang mempunyai kebutuhan akan prestasi yang tinggi, yaitu (a) menyukai tanggung jawab pribadi dalam mengambil keputusan, (b) mau mengambil resiko sesuai dengan kemampuannya, dan (c) memiliki minat untuk selalu belajar dari keputusan yang telah diambil.

Tak hanya itu Menurut McClelland dalam Alma (2009: 96) mengemukakan bahwa pada dasarnya motivasi seseorang ditentukan oleh tiga kebutuhan:

1. *Need For Achievement (n'Ach): The drive to excel, to achieve in relation to a set of standard, to strive to succeed.*
2. *Need for Power (n'Pow): The Need to make other behave in a way that they would not have behaved otherwise.*
3. *Need For Affiliation (n'Aff): the desire for friendly and close interpersonal relationships.*

Kebutuhan berprestasi wirausaha (*n'Ach*) terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibanding sebelumnya. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi tinggi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut: Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya.

1. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan.
2. Memiliki tanggungjawab personal yang tinggi.
3. Berani menghadapi risiko dengan penuh perhitungan.
4. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang. Jika tugas yang diembannya sangat ringan maka wirausaha merasa kurang tantangan tetapi ia selalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.

Kebutuhan akan kekuasaan (*n'Pow*) yaitu hasrat untuk mempengaruhi, mengendalikan, dan menguasai orang lain. Ciri umumnya adalah senang bersaing, berorientasi pada status, dan cenderung berorientasi keinginan mempengaruhi orang lain.

Kebutuhan untuk berafiliasi (*n'Aff*) yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain. Wirausaha yang mempunyai motivasi berafiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerjasama daripada persaingan, dan saling pengertian.

#### **2.7.4 Teori Dua Faktor (Frederick Herzberg)**

##### 2.7.4.1 Teori Dua Faktor Herzberg

Frederick Herzberg dalam Hasibuan (1990: 177) mengemukakan teori motivasi berdasar teori dua faktor yaitu faktor higiene dan motivator. Dia membagi kebutuhan Maslow menjadi dua bagian yaitu kebutuhan tingkat rendah (fisik, rasa aman, dan sosial) dan kebutuhan tingkat tinggi (prestise dan aktualisasi diri) serta mengemukakan bahwa cara terbaik untuk memotivasi individu adalah dengan memenuhi kebutuhan tingkat tingginya.

Menurut Herzberg dalam Robbins (2001: 170), faktor-faktor seperti kebijakan, administrasi perusahaan, dan gaji yang memadai dalam suatu pekerjaan akan menentramkan karyawan. Bila faktor-faktor ini tidak memadai maka orang-orang tidak akan terpuaskan.

Menurut hasil penelitian Herzberg dalam Hasibuan (1990 : 176), ada tiga hal penting yang harus diperhatikan dalam memotivasi bawahan yaitu:

- a) Hal-hal yang mendorong karyawan adalah pekerjaan yang menantang yang mencakup perasaan berprestasi, bertanggung jawab, kemajuan, dapat menikmati pekerjaan itu sendiri dan adanya pengakuan atas semua itu.

- b) Hal-hal yang mengecewakan karyawan adalah terutama pada faktor yang bersifat embel-embel saja dalam pekerjaan, peraturan pekerjaan, penerangan, istirahat dan lain-lain sejenisnya.
- c) Karyawan akan kecewa bila peluang untuk berprestasi terbatas. Mereka akan menjadi sensitif pada lingkungannya serta mulai mencari-cari kesalahan.

Herzberg dalam Robbins (2001: 172), menyatakan bahwa orang dalam melaksanakan pekerjaannya dipengaruhi oleh dua faktor yang merupakan kebutuhan, yaitu :

a. *Maintenance Factors*

Adalah faktor-faktor pemeliharaan yang berhubungan dengan hakikat manusia yang ingin memperoleh ketentraman badaniah. Kebutuhan kesehatan ini merupakan kebutuhan yang berlangsung terus-menerus, karena kebutuhan ini akan kembali pada titik nol setelah dipenuhi.

b. *Motivation Factors*

Adalah faktor motivator yang menyangkut kebutuhan psikologis seseorang yaitu perasaan sempurna dalam melakukan pekerjaan. Factor motivasi ini berhubungan dengan penghargaan terhadap pribadi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan.

#### 2.7.4.2 Penerapan Teori Dua Faktor Herzberg Dalam Organisasi

Dalam kehidupan organisasi, pemahaman terhadap motivasi bagi setiap pemimpin sangat penting artinya, namun motivasi juga dirasakan



sebagai sesuatu yang sulit. Hal ini dikemukakan oleh Wahjosumidjo (1994 : 173) sebagai berikut :

- a) Motivasi sebagai suatu yang penting (*important subject*) karena peran pemimpin itu sendiri kaitannya dengan bawahan. Setiap pemimpin tidak boleh tidak harus bekerja bersama-sama dan melalui orang lain atau bawahan, untuk itu diperlukan kemampuan memberikan motivasi kepada bawahan.
- b) Motivasi sebagai suatu yang sulit (*puzzling subject*), karena motivasi sendiri tidak bisa diamati dan diukur secara pasti. Dan untuk mengamati dan mengukur motivasi berarti harus mengkaji lebih jauh perilaku bawahan. Disamping itu juga disebabkan adanya teori motivasi yang berbeda satu sama lain.

Untuk memahami motivasi karyawan digunakan teori motivasi dua arah yang dikemukakan oleh Herzberg:

1. Teori yang dikembangkan oleh Herzberg berlaku mikro yaitu untuk karyawan atau pegawai pemerintahan di tempat ia bekerja saja. Sementara teori motivasi Maslow misalnya berlaku makro yaitu untuk manusia pada umumnya.
2. Teori Herzberg lebih eksplisit dari teori hirarki kebutuhan Maslow, khususnya mengenai hubungan antara kebutuhan dengan performa pekerjaan. Teori ini dikemukakan oleh Frederick Herzberg yang merupakan pengembangan dari teori hirarki kebutuhan menurut Maslow.

3. Teori Herzberg memberikan dua kontribusi penting bagi pimpinan organisasi dalam memotivasi karyawan. *Pertama*, teori ini lebih eksplisit dari teori hirarki kebutuhan Maslow, khususnya mengenai hubungan antara kebutuhan dalam performa pekerjaan. *Kedua*, kerangka ini membangkitkan model aplikasi, pemerdayaan pekerjaan Leidecker and Hall dalam Timpe (1999:13).

Berdasarkan hasil penelitian terhadap akuntan dan ahli teknik Amerika Serikat dari berbagai Industri, Herzberg dalam Cushway and Lodge (1995 : 138) mengembangkan teori motivasi dua faktor. Menurut teori ini ada dua faktor yang mempengaruhi kondisi pekerjaan seseorang, yaitu faktor pemuas (*motivation factor*) yang disebut juga dengan *satisfier* atau *intrinsic motivation* dan faktor kesehatan (*hygienes*) yang juga disebut *disatisfier* atau *ekstrinsic motivation*.

Teori Herzberg ini melihat ada dua faktor yang mendorong karyawan termotivasi yaitu faktor intrinsik yaitu daya dorong yang timbul dari dalam diri masing-masing orang, dan faktor ekstrinsik yaitu daya dorong yang datang dari luar diri seseorang, terutama dari organisasi tempatnya bekerja.

Jadi karyawan yang terdorong secara intrinsik akan menyenangi pekerjaan yang memungkinkannya menggunakan kreativitas dan inovasinya, bekerja dengan tingkat otonomi yang tinggi dan tidak perlu diawasi dengan ketat. Kepuasan disini tidak terutama dikaitkan dengan perolehan hal-hal yang bersifat materi. Sebaliknya, mereka yang lebih terdorong oleh faktor-faktor ekstrinsik cenderung melihat kepada apa yang diberikan oleh

organisasi kepada mereka dan kinerjanya diarahkan kepada perolehan hal-hal yang diinginkannya dari organisasi dalam Sondang (2002 : 107).

Adapun yang merupakan faktor motivasi menurut Herzberg adalah: pekerjaan itu sendiri (*the work it self*), prestasi yang diraih (*achievement*), peluang untuk maju (*advancement*), pengakuan orang lain (*ricognition*), tanggung jawab (*responsible*).

Menurut Herzberg dalam Cushway and Lodge (1995 : 138), *faktor higienis/extrinsic factor* tidak akan mendorong minat para pegawai untuk berforma baik, akan tetapi jika faktor-faktor ini dianggap tidak dapat memuaskan dalam berbagai hal seperti gaji tidak memadai, kondisi kerja tidak menyenangkan, faktor-faktor itu dapat menjadi sumber ketidakpuasan potensial.

Sedangkan faktor *motivation/intrinsic factor* merupakan faktor yang mendorong semangat guna mencapai kinerja yang lebih tinggi. Jadi pemuasan terhadap kebutuhan tingkat tinggi (faktor motivasi) lebih memungkinkan seseorang untuk berforma tinggi daripada pemuasan kebutuhan lebih rendah (hygienis) Leidecker & Hall dalam Timpe (1999 : 13).

Dari teori Herzberg dalam Cushway & Lodge (1995 : 139), tersebut uang/gaji tidak dimasukkan sebagai faktor motivasi dan ini mendapat kritikan oleh para ahli. Pekerjaan kerah biru sering kali dilakukan oleh mereka bukan karena faktor intrinsik yang mereka peroleh dari pekerjaan itu, tetapi kerana pekerjaan itu dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka.

### 2.7.5 Teori E-R-G ( *Clayton Alderfer* )

Alderfer (1972: 34), mengemukakan tiga kategori kebutuhan. Kebutuhan tersebut adalah ;

a. Eksistence (E) atau Eksistensi

Meliputi kebutuhan fisiologis seperti lapar, rasa haus, seks, kebutuhan materi, dan lingkungan kerja yang menyenangkan.

b. Relatedness (R) atau keterkaitan

Menyangkut hubungan dengan orang-orang yang penting bagi kita, seperti anggota keluarga, sahabat, dan penyelia di tempat kerja.

c. Growth (G) atau pertumbuhan

Meliputi keinginan kita untuk produktif dan kreatif dengan mengerahkan segenap kesanggupan kita.

Alderfer menyatakan bahwa :

1. bila kebutuhan akan eksistensi tidak terpenuhi, pengaruhnya mungkin kuat, namun kategori-kategori kebutuhan lainnya mungkin masih penting dalam mengarahkan perilaku untuk mencapai tujuan.
2. meskipun suatu kebutuhan terpenuhi, kebutuhan dapat berlangsung terus sebagai pengaruh kuat dalam keputusan.

Jadi secara umum mekanisme kebutuhan dapat dikatakan sebagai berikut:

1. Frustration – Regression
2. Satisfaction – Progression

#### 2.7.6 Teori Motivasi Proses (*Process Theory*)

Teori ini berusaha agar setiap pekerja giat sesuai dengan harapan organisasi perusahaan. Daya penggeraknya adalah harapan akan diperoleh si pekerja. Dalam hal ini teori motivasi proses yang dikenal seperti :

1. Teori Harapan (*Expectancy Theory*), komponennya adalah: Harapan, Nilai (*Value*), dan Pertautan (*Instrumentality*).
2. Teori Keadilan (*Equity Theory*), hal ini didasarkan tindakan keadilan diseluruh lapisan serta obyektif di dalam lingkungan perusahaannya.
3. Teori Pengukuhan (*Reinforcement Theory*), hal ini didasarkan pada hubungan sebab-akibat dari pelaku dengan pemberian kompensasi.

Beberapa tokoh yang mendukung teori ini adalah:

1. *Equity Theory* (S. Adams)
2. *Expectancy Theory* ( Victor Vroom)
3. *Goal Setting Theory* (Edwin Locke)
4. *Reinforcement Theory* ( B.F. Skinner)
5. *X Y Theory* (Mc Gregor)

##### 1. Teori Keadilan

Inti teori ini terletak pada pandangan bahwa manusia terdorong untuk menghilangkan kesenjangan antara usaha yang dibuat bagi kepentingan organisasi dengan imbalan yang diterima. Artinya, apabila seorang pegawai mempunyai persepsi bahwa imbalan yang diterimanya tidak memadai, dua kemungkinan dapat terjadi, yaitu :

- a. Seorang akan berusaha memperoleh imbalan yang lebih besar
- b. Mengurangi intensitas usaha yang dibuat dalam melaksanakan tugas yang menjadi tanggung jawabnya.

Dalam menumbuhkan suatu persepsi tertentu, seorang pegawai biasanya menggunakan empat macam hal sebagai pembandingan, hal itu antara lain :

- a) Harapannya tentang jumlah imbalan yang dianggapnya layak diterima berdasarkan kualifikasi pribadi, seperti pendidikan, keterampilan, sifat pekerjaan dan pengalamannya;
- b) Imbalan yang diterima oleh orang lain dalam organisasi yang kualifikasi dan sifat pekerjaannya relatif sama dengan yang bersangkutan sendiri;
- c) Imbalan yang diterima oleh pegawai lain di organisasi lain di kawasan yang sama serta melakukan kegiatan sejenis;
- d) Peraturan perundang-undangan yang berlaku mengenai jumlah dan jenis imbalan yang pada nantinya akan menjadi hak dari para pegawai yang bersangkutan.

## 2. Teori Harapan

Victor Vroom (1964: 54), mengembangkan sebuah teori motivasi berdasarkan kebutuhan infernal, tiga asumsi pokok Vroom dari teorinya adalah sebagai berikut :

- a) Setiap individu percaya bahwa bila ia berperilaku dengan cara tertentu, ia akan memperoleh hal tertentu. Ini disebut sebuah

harapan hasil (outcome expectancy) sebagai penilaian subjektif seseorang atas kemungkinan bahwa suatu hasil tertentu akan muncul dari tindakan orang tersebut.

- b) Setiap hasil mempunyai nilai, atau daya tarik bagi orang tertentu. Ini disebut valensi (valence) sebagai nilai yang orang berikan kepada suatu hasil yang diharapkan.
- c) Setiap hasil berkaitan dengan suatu persepsi mengenai seberapa sulit mencapai hasil tersebut. Ini disebut harapan usaha (effort expectancy) sebagai kemungkinan bahwa usaha seseorang akan menghasilkan pencapaian suatu tujuan tertentu.

Motivasi dijelaskan dengan mengkombinasikan ketiga prinsip ini.

Orang akan termotivasi bila ia percaya bahwa :

- a. Suatu perilaku tertentu akan menghasilkan hasil tertentu
- b. Hasil tersebut punya nilai positif baginya
- c. Hasil tersebut dapat dicapai dengan usaha yang dilakukan seseorang

Dengan kata lain Motivasi, dalam teori harapan adalah keputusan untuk mencurahkan usaha.

### 3. Teori penetapan tujuan (goal setting theory)

Memiliki empat macam mekanisme motivasional yakni :

- (a) tujuan-tujuan mengarahkan perhatian;
- (b) tujuan-tujuan mengatur upaya;
- (c) tujuan-tujuan meningkatkan persistensi; dan

(d) tujuan-tujuan menunjang strategi-strategi dan rencana-rencana kegiatan.

Teori ini juga mengungkapkan hal hal sebagai berikut :

- a) Kuat lemahnya tingkah laku manusia ditentukan oleh sifat tujuan yang hendak dicapai.
- b) Kecenderungan manusia untuk berjuang lebih keras mencapai suatu tujuan, apabila tujuan itu jelas, dipahami dan bermanfaat.
- c) Makin kabur atau makin sulit dipahami suatu tujuan, akan makin besar keengganan untuk bertingkah laku.
  - a. Reinforcement Theory ( B.F. Skinner)
  - b. Teori ini didasarkan atas “hukum pengaruh”
  - c. Tingkah laku dengan konsekuensi positif cenderung untuk diulang, sementara tingkah laku dengan konsekuensi negatif cenderung untuk tidak diulang.

Rangsangan yang didapat akan mengakibatkan atau memotivasi timbulnya respon dari seseorang yang selanjutnya akan menghasilkan suatu konsekuensi yang akan berpengaruh pada tindakan selanjutnya. Konsekuensi yang terjadi secara berkesinambungan akan menjadi suatu rangsangan yang perlu untuk direspon kembali dan menghasilkan konsekuensi lagi. Demikian seterusnya sehingga memotivasi mereka akan tetap terjaga untuk menghasilkan hal-hal yang positif dalam Nurhalim (2009: 9).



### 2.7.7 Douglas McGregor (teori motivasi X dan Y).

Menyatakan bahwa ada dua pandangan tentang manusia : yang pertama pada dasarnya negatif (teori-X) dan kedua pada dasarnya positif (teori-Y). Berkesimpulan bahwa pandangan seorang manajer tentang sifat manusia didasarkan atas pengelompokan asumsi tertentu dan manusia cenderung menyesuaikan perilakunya terhadap bawahannya sesuai dengan asumsi-asumsi tersebut .

Ada empat asumsi yang dianut oleh para manajer dalam teori-X, yaitu :

- a) Pada dasarnya pegawai tidak menyukai pekerjaan, jika mungkin berusaha menghindarinya.
- b) Karena pegawai tidak menyukai pekerjaan, maka mereka harus dipaksa, dikendalikan, atau diancam dengan hukuman untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan.
- c) Para pegawai akan mengelakkan tanggung jawab dan mencari pengarahan yang formal sepanjang hal itu terjadi.
- d) Kebanyakan pegawai menempatkan rasa aman diatas faktor lain yang berhubungan dengan pekerjaan yang akan memperlihatkan sedikit ambisi.

Sedangkan pandangan yang positif (teori-Y) adalah :

- a) Para pegawai dapat melihat pekerjaan sebagai sesuatu yang biasa seperti halnya istirahat dan bermain.

- b) Manusia akan menentukan arahnya sendiri dan mengendalikan diri, jika mereka merasa terikat kepada suatu tujuan.
- c) Rata-rata orang dapat belajar untuk menerima dan mencari tanggung jawab.
- d) Kreativitas-kemampuan untuk membuat keputusan-keputusan yang baik-tersebar luas pada seluruh populasi dan tidak selalu merupakan hak dari mereka yang menduduki fungsi manajerial.

Implikasi dari teori-X dan teori-Y terhadap teori organisasi, berargumentasi bahwa asumsi teori-Y lebih disukai dan dapat membimbing para manajer dalam merancang organisasi mereka serta dapat memotivasi pegawai-pegawainya. Secara singkat teori ini menyatakan bahwa dua pandangan yang jelas berbeda mengenai manusia, pada dasarnya satu negatif (teori X) yang mengandaikan bahwa kebutuhan order rendah mendominasi individu, dan satu lagi positif (teori Y) bahwa kebutuhan order tinggi mendominasi individu.

## **2.8 Motivasi kewirausahaan**

Motivasi kewirausahaan adalah keinginan dan kemampuan seseorang dalam mengelola semua peluang menjadi suatu nilai yang bermanfaat dan bernilai ekonomi.

Dengan adanya motivasi untuk berwirausaha masyarakat akan aktif dalam mengarahkan semua potensi diri, bekerja keras, dan mampu menjadikan peluang yang ada sebagai lahan untuk dijadikan suatu usaha dalam Lutfi (2008: 8).

## 2.9 Kewirausahaan

### 2.9.1 Pengertian Kewirausahaan

Pengertian mengenai kewirausahaan sangat banyak dan para ahli mendefinisikan dengan bahasa yang berbeda akan tetapi mempunyai makna yang hampir sama.

Menurut Swasono (1978: 38), dalam konteks bisnis wirausaha adalah pengusaha akan tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausaha.

Wirausaha adalah pelopor dalam bisnis, inovator, penanggung risiko yang mempunyai visi ke depan, dan memiliki keunggulan dalam berprestasi bidang usaha.

Wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola, dan berani menanggung risiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha Stenhoff dan Burgess dalam Suryana (2003: 35).

Sedangkan menurut Prawirokusumo (1997: 5) wirausaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumberdaya untuk menemukan peluang (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*) hidup.

Menurut Alma (2009: 220) menjelaskan istilah wirausaha, secara etimologi wirausaha berasal bahasa Perancis yaitu dari kata *entrepreneur* yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan arti *between taker* atau *go between*.

Kemudian secara terminologi pengertian wirausaha (*entrepreneur*) menurut J. Schumpeter dalam Alma (2009:24) adalah '*Entrepreneur as the*

*person who destroys the existing economic order by introducing new product and service, by creating new forms of organization or by exploiting new raw material*'.

Menurut J. Schumpeter tersebut wirausaha atau *entrepreneur* adalah orang yang mendobrak sistem perekonomian yang telah ada dengan melakukan usaha baru dalam bidang barang dan jasa, dengan membuat bentuk baru dari organisasi atau mengolah bahan baku baru.

Selain itu, Bygrave dan Zacharkis dalam Agus Gusnawan (2009: 1) memberikan pengertian lain mengenai wirausaha, yaitu '*entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it*' yang artinya wirausaha adalah seseorang yang merasa memiliki peluang dan mampu menciptakan organisasi untuk mengejanya.

Sesuai dengan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha yaitu seorang yang mampu melihat peluang pasar sekaligus menciptakan pekerjaan yang baru dalam bidang barang maupun jasa untuk keuntungan dirinya dan orang disekitarnya.

Hendro (2011 : 165), berpendapat sikap yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah berfikir positif, berorientasi jauh kedepan, penuh semangat dan berjuang keras (pantang menyerah), serta komitmen yang kuat. Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan indikator untuk mengukur motivasi wirausaha seseorang adalah adanya semangat, tanggung jawab, pantang menyerah, dan komitmen yang tinggi. Penjelasan

mengenai indicator seseorang yang termotivasi menjadi wirausaha akan dibahas sebagai berikut :

- a. Semangat yang tinggi diperlukan seseorang dalam menjalankan usahanya, karena sukses atau tidaknya usaha yang dilakukan tergantung pada semangat kerja dalam berwirausaha. Menurut Hendro (2011 : 174) Semangat merupakan energy untuk mengerjakan suatu pekerjaan karena ada keinginan dan hasrat untuk mencapainya, yaitu adanya unsur manfaat dan tujuan. Sunarto, dalam Ilham (2014) berpendapat Semangat kerja yang tinggi diungkapkan dalam bentuk antusiasme, minat, dan dedikasi yang tinggi terhadap tugas. Semangat untuk berwirausaha merupakan salah satu hal yang terpenting dan salah satu indicator untuk mengukur minat seseorang yang ingin berwirausaha menurut Buchari Alma (2011 : 41).

Hal senada juga diungkapkan Hendro, bahwa sumber energy yang dibutuhkan dalam kegiatan kewirausahaan atau kegiatan lainnya adalah mempunyai semangat dan gairah untuk mengerjakannya.

- b. Tanggung Jawab
- c. Pantang Menyerah

Pantang menyerah merupakan salah satu kunci untuk sukses menjalani hidup. Pantang menyerah juga merupakan kunci utama dalam meraih kesuksesan baik dalam prestasi di bangku kuliah ataupun dalam berwirausaha (Hendro 2011 : 184). Lebih lanjut

Hendro menjelaskan bahwa selain modal uang, modal lain yang bisa digunakan untuk menjadi wirausahawan adalah pantang menyerah.

d. Komitmen

Menurut Hendro (2011 : 184) Faktor utama untuk membangun sebuah komitmen diri dalam membangun kesuksesan adalah kompetensi. Kompetensi dapat dilihat dari pola kerja, semangat inovasi serta tingkah laku dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Ada beberapa jenis komitmen yang dapat dibedakan dalam kewirausahaan. Adapun jenis-jenis komitmen tersebut adalah komitmen terhadap diri sendiri, keluarga, bisnis dan lingkungan.

## **2.9.2 Jenis-Jenis Usaha**

### **2.9.2.1 Usaha Mikro**

Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Jumlah tenaga kerja pada usaha mikro  $\leq 4$  orang. Adapun ciri-ciri usaha mikro adalah:

- (1) Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
- (2) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;

- (3) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
- (4) Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
- (5) Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
- (6) Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
- (7) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

Dilihat dari kepentingan perbankan, usaha mikro adalah suatu segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam upaya meningkatkan fungsi intermediasi-nya karena usaha mikro mempunyai karakteristik positif dan unik yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non mikro, antara lain:

- (1) Perputaran usaha (*turn over*) cukup tinggi, kemampuannya menyerap dana yang mahal dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang;
- (2) Tidak sensitif terhadap suku bunga.
- (3) Tetap berkembang walau dalam situasi krisis ekonomi dan moneter.

Pada umumnya berkarakter jujur, ulet, lugu dan dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Contoh usaha mikro:

- (1) Usaha tani pemilik dan penggarap perorangan, peternak, nelayan dan pembudidaya.
- (2) Industri makanan dan minuman, industri mebeler pengolahan kayu dan rotan, industri pandai besi pembuat alat-alat
- (3) Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar
- (4) Peternakan ayam, itik dan perikanan
- (5) Usaha jasa-jasa seperti perbengkelan, salon kecantikan, rental komputer, laundry, warnet, ojek dan penjahit (konveksi).

#### 2.9.2.2 Usaha Kecil

Usaha Kecil sebagaimana dimaksud Undang-undang No.9 Tahun 1995 adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah). Jumlah tenaga kerja pada usaha kecil adalah 5-19 orang. Adapun ciri-ciri usaha kecil yaitu:

- (1) Jenis barang/komoditi umumnya sudah tetap tidak gampang berubah;
- (2) Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah;



- (3) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha;
- (4) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP;
- (5) Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha;
- (6) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal;
- (7) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti *business planning*.

Contoh usaha kecil :

- (1) Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja
- (2) Pedagang dipasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya
- (3) Pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubelair, kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi dan industri kerajinan tangan;
- (4) Peternakan ayam, itik dan perikanan;
- (5) Koperasi berskala kecil.

Usaha kecil sering gagal karena kesalahan dari beberapa pengelolaan yaitu :

- (1) Pengelolaan uang
- (2) Pengelolaan usaha dan manajemen
- (3) Kompetensi
- (4) Kredit perbankan
- (5) Membidik pasar
- (6) Administrasi usaha dan hukum

### 2.9.2.3 Usaha Menengah

Usaha Menengah sebagaimana dimaksud Inpres No.10 tahun 1998 adalah usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp10.000.000.000,00, (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit dari bank sebesar Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) s/d Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). Jumlah tenaga kerja pada usaha menengah adalah 20-99 orang. Adapun ciri-ciri usaha menengah yaitu:

- (1) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi;
- (2) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan;

- (3) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll;
- (4) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll;
- (5) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan;
- (6) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

Contoh usaha menengah :

Jenis atau macam usaha menengah hampir menggarap komoditi dari hampir seluruh sektor mungkin hampir secara merata, yaitu:

- (1) Usaha pertanian, peternakan, perkebunan, kehutanan skala menengah;
- (2) Usaha perdagangan (grosir) termasuk ekspor dan impor;
- (3) Usaha jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), garment dan jasa transportasi taxi dan bus antar provinsi;
- (4) Usaha industri makanan dan minuman, elektronik dan logam;
- (5) Usaha pertambangan batu gunung untuk konstruksi dan marmer buatan.

#### 2.9.2.4 Usaha Besar

Usaha besar sebagaimana dimaksud Inpres No.10 tahun 1998 adalah usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp10.000.000.000,00, (sepuluh miliar rupiah) dengan tenaga kerja  $\geq$  100 orang. Adapun ciri-ciri usaha besar sama seperti usaha

menengah, perbedaannya hanya terletak di jumlah tenaga kerja dan jumlah kekayaan usaha.

### **2.10 Menumbuhkan Minat Berwirausaha**

Menurut Alma (2010:1) Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuka peluang pekerjaan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Manfaat adanya wirausaha yaitu sebagai berikut :

1. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan.
3. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, hidup tidak merugikan orang lain.
4. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan.
5. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial, sesuai dengan kemampuannya.
6. Berusaha mendidik karyawannya menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
7. Memeberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama, dekat kepada Allah Swt.

8. Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
9. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

## **2.11 Keuntungan dan Kelemahan Menjadi Wirausaha**

### 2.11.1 Keuntungan menjadi wirausaha

1. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.
2. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemampuan serta potensi seseorang secara penuh.
3. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
4. Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit.
5. Terbuka kesempatan menjadi bos.

### 2.11.2 Kelemahan menjadi wirausaha

1. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti, dan memikul berbagai resiko. Jika resiko ini telah diantisipasi secara baik, maka berarti wirausaha telah menggeser resiko tersebut.
2. Bekerja keras dan waktu/jam kerjanya panjang.
3. Kualitas kehidupannya masih rendah samapi usahanya berhasil, sebab dia harus berhemat.
4. Tanggung jawabnya sangat besar, banyak keputusan yang harus dia buat walaupun dia kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

## 2.12 Beberapa Faktor Kritis Untuk Memulai Usaha Baru

Ada beberapa faktor kritis yang berperan dalam membuka usaha baru yaitu:

1. Personal, menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang
2. Sociological, menyangkut masalah hubungan dengan family.
3. Environmental, menyangkut hubungan dengan lingkungan (Bygrave, 1994:3:

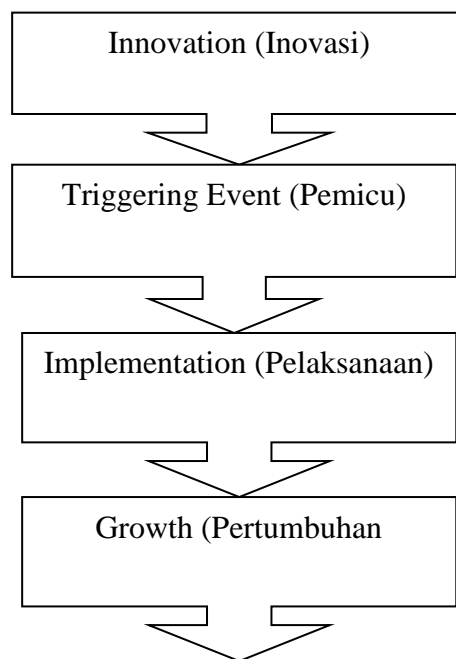
Apabila seseorang mempunyai ide untuk membuka suatu usaha baru maka akan mencari faktor-faktor lain yang dapat mendorongnya. Dorongan-dorongan ini tergantung pada beberapa faktor antara lain faktor famili, teman, pengalaman, keadaan ekonomi, keadaan lapangan kerja dan sumberdaya yang tersedia.

Faktor sosial yang berpengaruh terhadap minat memulai bisnis ialah masalah tanggung jawab terhadap keluarga. Orang yang berumur 25 tahun akan lebih mudah membuka bisnis dibandingkan dengan seseorang yang berumur 45 tahun, yang sudah punya istri, beberapa anak, banyak beban, cicical rumah, biaya rumah tangga dan sebagainya.

Faktor lain yang berpengaruh dalam membuka bisnis ialah pertimbangan antara pengalaman dengan spirit, energi dan rasa optimis. Biasanya orang-orang muda lebih optimis, energik, dibandingkan dengan orang-orang yang sudah berumur. Oleh sebab itu, pembukaan usaha sebaiknya dilakukan pada saat seseorang memiliki rasa optimis dan sudah dipertimbangkan secara merata.

### 2.13 Model Proses Wirausaha

Menurut Bygrave dalam Alma (2010:10) model proses perintis dan pembangunan kewirausahaan digambarkan menjadi urutan langkah-langkah berikut :



Gambar 2.3 Model Proses Wirausaha

Sumber : Bygrave dalam Alma (2010:10)

#### 2.13.1 Inovasi

Beberapa faktor personal yang mendorong inovasi adalah: keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan menanggung resiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman.. adanya inovasi yang berasal dari diri seseorang akan mendorong dia mencari pemicu ke arah memulai usaha.

Sedangkan faktor-faktor environment mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman dan kreativitas. Tidak diragukan lagi

pengalaman adalah sebagai guru yang berharga yang memicu perintisan usaha, apalagi ditunjang oleh adanya dan kreativitas.

#### 2.13.2 Proses Pemicu

Beberapa faktor personal yang mendorong Triggering Event artinya yang memicu atau memaksa seseorang untuk terjun ke dunia bisnis adalah :

1. Adanya ketidakpuasaan terhadap pekerjaan yang sekarang
2. Adanya pemutusan hubungan kerja (PHK), tidak ada pekerjaan lain,
3. Dorongan karena faktor usia,
4. Keberanian menanggung resiko,
5. Komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis.

Faktor-faktor *Environment* yang mendorong menjadi pemicu bisnis adalah :

1. Adanya persaingan dalam dunia kehidupan.
2. Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan, misalnya memiliki tabungan, modal, warisan, memiliki bangunan yang lokasi strategis dan sebagainya.
3. Mengikuti latihan-latihan atau Incubator bisnis, sekarang banyak kursus-kursus bisnis dan lembaga manajemen fakultas ekonomi mrlaksanakan pelatihan dan incubator bisnis.
4. Kebijakan pemerintah misalnya adanya kemudahan-kemudahan dalam lokasi berusaha ataupun fasilitas kredit, dan bimbingan usaha yang dilakukan oleh Depnaker.



Sedangkan faktor sociological yang menjadi pemicu serta pelaksanaan bisnis adalah:

1. Adanya hubungan-hubungan atau relasi-relasi dengan orang lain.
2. Adanya tim yang dapat diajak kerjasama dalam berusaha.
3. Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha.
4. Adanya bantuan famili dalam berbagai kemudahan.
5. Adanya pengalaman-pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya.

#### 2.13.3 Proses Pelaksanaan

Beberapa faktor personal yang mendorong pelaksanaan dari sebuah bisnis adalah sebagai berikut :

1. Adanya seseorang wirausaha yang sudah siap mental secara total.
2. Adanya manajer pelaksana sebagai tangan kanan, pembantu utama.
3. Adanya komitmen yang tinggi terhadap bisnis.
4. Adanya visi, padangan yang jauh ke depan guna mencapai keberhasilan.

#### 2.13.4 Proses Pertumbuhan

Proses pertumbuhan ini didorong oleh faktor organisasi antara lain:

1. Adanya tim yang kompak dalam menjalankan usaha sehingga semua rencana dan pelaksanaan operasional berjalan produktif.
2. Adanya strategi yang mantap sebagai produk dari tim yang kompak.
3. Adanya struktur dan budaya organisasi yang sudah membudaya.  
Budaya perusahaan jika sudah terbentuk dan diikuti dengan penuh

tanggung jawab oleh seluruh karyawan maka pertumbuhan perusahaan akan berkembang pesat.

4. Adanya produk yang dibanggakan, atau keistimewaan yang dimiliki misalnya kualitas makanan, lokasi usaha, manajemen, personalia.

Sedangkan faktor environment yang mendorong implementasi dan pertumbuhan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Adanya unsur persaingan yang cukup menguntungkan. Dunia persaingan sekarang ini sangat tajam, ada berbagai berbentuk persaingan yang ada dipasar mulai dari pengusaha pasar yang sangat dominan, yang mempunyai kekuatan yang sedang dan yang lemah. Dalam istilah pemasaran mereka ini terdiri atas *market leader*, *market challenger*, *market follower*, dan *market nicher*. Di pasar ditemukan pemimpin pasar, pada setiap produk atau merek yang dijual di pasar ada merek yang melekat dihati konsumen. Merek ini market *share* nya paling banyak/luas, ini disebut market leader. Kemudian menyusul penantang pasar (*market challenger*), yang berusaha menunggu kesempatan mengatasi leader. Setelah itu ada *market follower* yang ikut-ikutan aja karena modal terbatas, merek belum terkenal dan terakhir *market nicher* yang menjual produknya pada relung-relung/celah pasar yang belum terisi oleh merek lain.
2. Adanya konsumen dan pemasok barang yang kontinu.
3. Adanya bantuan dari pihak investor bank yang memberikan fasilitas keuangan.

4. Adanya sumber-sumber yang tersedia, yang masih bisa dimanfaatkan.
5. Adanya kebijaksanaan pemerintah yang menunjang berupa peraturan bidang ekonomi yang menguntungkan.

Melihat uraian di atas yang paling mendorong seseorang untuk memasuki karir wirausaha :

1. *Personal Attributes*

David McClelland dalam Alma (2010: 13), menyatakan bahwa seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki keinginan berprestasi yang sangat tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak berwirausaha. Suatu penelitian di Inggris menyatakan bahwa motivasi seseorang membuka bisnis adalah 50% ingin mempunyai kebebasan dengan berbisnis sendiri, hanya 18% menyatakan ingin memperoleh uang dan 105 menyatakan jawaban membuka bisnis untuk kesenangan, hobi, tantangan atau kepuasan pribadi dan melakukan kreativitas.

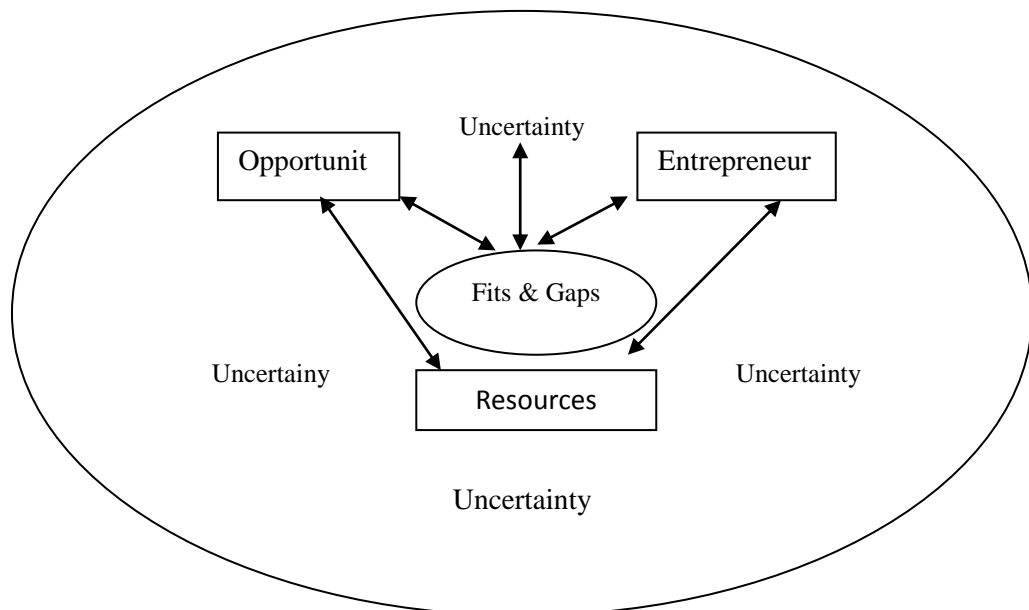
Sedangkan penelitian di Rusia 80% menyatakan mereka membuka bisnis karena ingin menjadi bos dan memperoleh otonomi serta kemerdekaan pribadi.

2. *Personal Environment*

Disamping faktor personal yang ada didalam diri pribadi wirausaha maka ada pengaruh faktor luar terhadap pembentukan watak wirausaha.

## 2.14 Menilai Peluang Membuka Usaha Baru

Kadang-kadang seseorang yang ingin membuka usaha baru didorong oleh rasa optimis berlebihan. Untuk menetralsir rasa optimis berlebihan tersebut, perlu dilakukan evaluasi. Ada tiga komponen utama yang harus diteliti untuk membuka usaha baru yaitu seperti dinyatakan oleh Bygreve dalam Alma (2010: 14) : *There are three crucial components for a successful new business: the opportunity, the entrepreneur (and the management team) and and the resources needed to start the company and make it grow.* Ketiga komponen tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Three driving forces

Gambar diatas diperlihatkan betapa banyaknya ketidakpastian dalam membuka usaha baru, yaitu ketidakpastian antara wirausahaan yang memiliki ide mandirikan usaha baru dengan peluang yang ia harapkan kemudian

antara wirausahaan, peluang dengan sumber daya yang tersedia, baik sumber daya manusia maupun sumber daya yang tersedia, baik sumber daya manusia maupun sumber daya non manusia. Oleh sebab itu, perlu disusun suatu gambaran fits dan gifs, bagaimana menggambarkan kesenjangan yang terjadi dan kesesuaian yang mungkin dibuat, dan memanfaatkan peluang yang tampak oleh pengambil inisiatif. Inilah yang disebut dengan bisnis plan, dimana digambarkan ketiga komponen utama tersebut dipadukan menjadi suatu perencanaan strategis yang sempurna.

Menurut Georges Doriot dalam Alma (2010:15) seseorang penanaman modal menyatakan : *Always consider investing in a grade A man with a grade B idea. Never invest in a grade B man with a grade A idea.* Dalam hal ini, Doriot menekankan bahwa yang penting adalah segi manusianya bukan idenya, karena ide itu akan dilaksanakan oleh orang yang bersangkutan, yang akan menentukan keberhasilan usaha dikelak kemudian hari. Akan baik lagi bila ide yang baik tadi dilaksanakan oleh orang memiliki kemampuan yang tinggi pula. Sebab ide itu harus dikembangkan dan diimplementasi, dioperasionalkan di lapangan. Jadi, ini adalah hal penting yang akan membangun dan mengembangkan suatu bisnis.

Jadi dalam hal ini bukan hanya mengandalkan pada nasib baik. Nasib baik itu memang juga ada, akan datangnya nasib baik itu bukan mendadak kebetulan, akan tetapi merupakan titik temu, yang dikatakan oleh Bygrave (1994:11) *So in entrepreneurship, just like any other profession,*

*luck is where preparation and opportunity meet.* Dalam hal ini ada titik temu antara persiapan yang baik dengan peluang yang tersedia.

## **2.15 Mitos dalam Kewirausahaan**

Berikut ini rincian mitos kewirausahaan yang dikumpulkan oleh Michael Robert dan Alan Weiss, dan sejumlah bukti yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang menentang mitos tersebut.

### **(1) Wirausaha adalah pengambil resiko besar**

Wirausaha bukan pengambil resiko besar, melainkan seorang yang menghitung resiko yang akan diambilnya. Tantangan ada namun dengan upaya tertentu, tantangan itu akan dapat dicapai. Wirausaha bijaksana dalam memilih resiko dan bukan penjudi.

### **(2) Wirausaha adalah pemilik usaha, bukan pegawai**

Yang mengubah restoran “fast food” McDonald’s menjadi raja dibidang “*franchising*” adalah Ray Kroc, pimpinan perusahaan, dan bukan pemiliknya yaitu McDonald bersaudara. Intrepeneur di dalam perusahaan bukanlah pemilik.

### **(3) Inovasi hanya di perusahaan kecil**

Inovasi dilakukan dengan ketrampilan atau keahlian dan bukan pembawaan atau milik budaya tertentu. Ia dilakukan dimana-mana. Musuh inovasi adalah birokrasi yang terdapat di perusahaan besar ataupun kecil.

### **(4) Inovasi adalah gagasan besar**

Sebagian keberhasilan besar dimulai dari gagasan baru yang sederhana,

misalnya “*walkman*” muncul sebagai produk baru yang sukses berasal dari keinginan tetap mendengar musik secara pribadi selagi berolahraga.

(5) Wirausaha adalah pencetus gagasan saja

Seorang inovator terjun langsung menerapkan gagasannya.

(6) Wirausaha menyediakan sarananya termasuk modal sendiri

Wirausaha tidak sama dengan kapitalis, wirausaha menggunakan sarana yang ada dengan cara baru.

(7) Inovasi datang mencuat bagai kilat dari seorang genius

Ray Kroc memperbaharui bisnis hamburger dengan mengadakan pengamatan terus-menerus atas restoran McDonald’s. Fred Smith menghasilkan “undergraduate thesis” model distribusi barang kiriman kecil (parcel) dari pengamatan di kantor pos dan perusahaan pengiriman UPS. Thesisnya dinilai C— oleh dosennya, namun gagasannya setelah diterapkan menjadi perusahaan Federal Express yang sangat sukses.

(8) Wirausaha dilahirkan dan kewirausahaan tidak dapat dilatihkan

Seperti ketrampilan dokter atau pengacara, ketrampilan kewirausahaan dapat dilatihkan.

## **2.16 Teori-teori Terbentuknya Wirausaha**

### *2.16.1 Teori Life Path Change*

Shapero & Sokol (1982:25) : “tidak semua wirausaha lahir dan berkembang menjadi jalur yang sistematis dan terencana”. Penyebab :

1. *Negative displacement*
2. *Being between things*
3. *Having positive pull*

#### 2.16.2 *Teori goal directed behavior*

Wolman (1973: 45), seseorang menjadi wirausaha karena termotivasi untuk mencapai tujuan tertentu. Keputusan menjadi wirausaha diambil dengan tujuan memecahkan masalah kekurangan yang dia miliki. Masalah kekurangan diidentifikasi dengan adanya harapan sebagai pemecahan.

#### 2.16.3 Teori pengambilan keputusan

Sebelum mengambil keputusan untuk berwirausaha, seseorang memiliki berbagai macam pertimbangan-pertimbangan. Pengambilan keputusan tidak mudah bahkan menimbulkan konflik, antara dirinya sendiri bahkan dengan orang lain.

Moore (1954:67) : Pengambilan keputusan adalah perpaduan antara kegiatan berpikir, memilih dan bertindak.

Sedangkan menurut Crimmon (1976:54) : pengambilan keputusan dapat mengarahkan perilaku tindakan seseorang dalam mencapai tujuannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan, berasal dari situasi lingkungan keputusan itu sendiri, faktor-faktor yang berasal dari dalam diri si pengambil keputusan itu sendiri

#### 2.16.4 *Teori outcome expectancy*

Keyakinan tentang konsekuensi yang diterima setelah seseorang melakukan suatu tindakan tertentu. Jenis-jenis Insentif *Outcome Expectancy*



: primer, sensoris, sosial, ekonomis, aktivitas, status, pengaruh, terpenuhinya standar internal.

## 2.17 Kreativitas dan Inovasi

### 2.17.1 Orang Wirausaha adalah Orang Kreatif

Menurut Zammerer dalam Alma (2010:67) tentang *Entrepreneur* yaitu :

1. Entrepreneur are an amazing group of people.
2. They are constant source of creative ideas and innovation.
3. They are an important source of fuel for our economy's growth.
4. Entrepreneur are action-oriented.
5. Entrepreneurs are not bashful, they have big dreams.
6. Their big dreams are an important source of motivation and vision.

Ungkapan diatas menyatakan bahwa *Entrepreneur* merupakan satu kelompok orang yang mengagumkan, manusia kreatif dan inovasi. Mereka merupakan bahan bakar pertumbuhan ekonomi masyarakat, karena ia memiliki kemampuan berpikir dan bertindak produktif. Pertumbuhan berwirausaha berkorelasi tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi, karena lapangan kerja akan terbuka, pendapatan masyarakat meningkat, daya beli bertambah, barang dan jasa yang dihasilkan dunia industri akan laku terjual, roda ekonomi akan berputar. Entrepreneur selalu berorientasi pada action, tidak senang berteori, tapi lebih praktis, banyak kerja dari bicara. Entrepreneur tidak segan, tidak malu mengungkapkan mimpinya, dan mimpi besarnya itu merupakan sumber energi buat membangkitkan motivasi dan visinya kadang-kadang seorang entrepreneur bisa membuat ide-ide gila, tidak masuk akal, tapi menjadi kenyataan, berkat kegigihannya memperjuangkan ide tersebut.

Modal utama wirausaha adalah kreativitas keuletan, semangat pantang menyerah. Semangat pantang menyerah ini memandang kegagalan hanyalah keberhasilan yang tertunda, meski terantuk dan jauh, mereka akan bangkit kembali dengan gagah, dan tahan banting. Wirausaha yang kreatif takkan habis akal bila mendapat tantangan, sehingga akan merubahnya menjadi peluang. Wirausaha sejati bukan spekulasi, tapi seorang yang memiliki perhitungan cermat, mempertimbangkan segala fakta, informasi, dan data yang mampu memadukan apa yang ada dalam hati, pikiran dan kalkulasi bisnis.

#### 2.17.2 Sifat Keorisinilan seorang wirausaha

Sifat keorisinilan wirausaha menuntut adanya kreatifitas dalam pelaksanaan tugasnya.

Conny Semiawan dalam Alma (2010:68) menyatakan kreatifitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru artinya tidak perlu semuanya baru, tapi dapat merupakan bagian-bagian produk saja.

Contoh-contoh kegiatan kreatifitas, seorang wirausaha membuat berbagai kreasi dalam kegiatan usahanya, seperti susunan barang, pengaturan rak pajangan, menyebarkan brosur, promosi. Jadi kreatifitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.

Sedangkan menurut Terman dalam Conny S (1984: 22), karakteristik anak berbakat intelektual antara lain unggul atau menonjol dalam :

1. Kesiagaan mental.
2. Kemampuan pengamatan (observasi)
3. Keinginan untuk belajar.
4. Daya konsentrasi.
5. Daya nalar.
6. Kemampuan membaca.
7. Ungkapn verbal.
8. Kemampuan menulis.
9. Kemampuan mengajukan pertanyaan yang baik.

Di samping itu juga terdapat :

1. Menunjukkan minat yang luas.
2. Berambisi untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi.
3. Mandiri dalam memberikan pertimbangan.
4. Dapat memberi jawaban tepat dan langsung ke sasaran (to-the-point).
5. Mempunyai rasa humor yang tinggi.
6. Melibatkan diri sepenuhnya dan ulet menghadapi tugas yang diminati.

Berdasarkan uraian diatas, definisi kreativitas dapat dibedakan kedalam dimensi person, proses, produk, dan press.hal ini dinyatakan (Dedi Supriadi, 1994:7).

Sedangkan menurut Guilford dalam Alma (2010:69) menekankan pada person menyatakan: *creativity refers to the abilities that are characteristic of creative people.*

Berdasarkan analisis faktor, Guilford menemukan bahwa ada lima sifat yang menjadi ciri kemampuan berfikir kreatif yaitu :

1. Kelancaran (*Fluence*)

Kelancaran adalah kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan.

2. Keluwesan (*flexibility*)

Keluwesan adalah untuk mengemukakan bermacam-macam pemecahan atau pendekatan terhadap masalah.

3. Keaslian (*originality*)

Orisinalitas adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan dengan cara-cara yang asli, tidak klise.

4. Penguraian (*eleboration*)

Penguraian adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara rinci.

5. Perumusan kembali (*redefinition*)

Perumusan kembali adalah kemampuan untuk meninjau gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

### 2.17.3 Hubungan kreativitas dengan intelegensi

Kreativitas dan intelegensi mempunyai perbedaan, orang yang yang kreatif belum tentu intelegensinya tinggi, dan sebaliknya. Para peneliti membuat empat variasi hubungan kreativitas dengan intelegensi yaitu :

1. Kreativitas rendah, intelegensi rendah.
2. Kreativitas tinggi, intelegensi tinggi.
3. Kreativitas rendah, intelegensi tinggi.
4. Kreativitas tinggi, intelegensi rendah.

Bagi kalangan wirausaha, tingkat kreativitas ini akan sangat menunjang kemajuan bisnisnya. Fenomena ini dapat dilihat pada masyarakat Jepang yang terkenal dengan keuletan mereka, sehingga mereka mengalami kemajuan yang luar biasa.

Kreativitas diartikan sebagai kemampuan dalam menciptakan kombinasi-kombinasi baru dari hal-hal yang sudah ada, sehingga menghasilkan sesuatu yang baru. Juga kemampuan memberi makna terhadap sesuatu yang kurang berarti sehingga menjadi lebih berarti.

#### 2.17.4 Hubungan kreativitas dengan kewirausahaan

Hubungan kreativitas dengan kewirausahaan sangat erat dan terkadang *overlap* walaupun tidak sama diantara keduanya.

##### 1. *Entrepreneur Capacity*

Berdasarkan atas gambar diatas maka hubungan antara kreativitas dengan kewirausahaan dibedakan atas 4 kategori:

##### 1. Kategori 1

Perusahaan dengan kreativitas tinggi tetapi sedikit dalam penggunaan konsep kewirausahaan seperti Manajemen artis yang harus menam-pilkan artis berbeda dengan sebelumnya dalam beberapa

hal seperti penampilan tetapi hanya bergerak dalam bidang hiburan dimana artis tersebut terlibat.

## 2. Kategori 2

Perusahaan dengan kreativitas rendah tetapi memakai banyak konsep kewirausahaan yaitu perusahaan franchising fast food seperti Mc-Donald's dimana kreativitas rendah karena perusahaan ini harus mengikuti peraturan dari pemberi franchising (franchisor) sedangkan berdasarkan kewirausahaan konsep franchising merupakan konsep usaha yang baik.

## 3. Kategori 3

Perusahaan dengan kreativitas tinggi dan tinggi dalam penggunaan konsep kewirausahaan seperti Perusahaan Film dimana memerlukan kreativitas tinggi dalam menciptakan film-film bermutu dan diterima masyarakat. Mereka mengembangkan berbagai jenis film dengan berbagai lapisan penonton atau melakukan *diversifikasi produk* sesuai konsep kewirausahaan.

## 4. Kategori 4

Perusahaan yang tidak menggunakan kreativitas dan kewirausahaan dalam melaksanakan kegiatannya seperti pada birokrasi pemerintah (bersifat birokrasi penuh) yang hanya menjalankan kegiatannya berdasarkan masa lalu saja.

#### 2.17.5 Rahasia keberhasilan seorang wirausaha

Sebetulnya tak ada rahasia, yang penting adalah kemampuan pengusaha untuk lebih kreatif dan memanfaatkan inovasi dalam kegiatan bisnisnya sehari-hari. Zimmere dalam Alma (2010:71) menyatakan bahwa: *Creativity this a ability to the develop new ideas and to discover new ways of looking at problems and oppurtunities*. Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang dihadapi.

Inovasi adalah kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif daalm mengisi peluang sehingga membawa manfaat dalam kehidupan masyarakat.

Jika disimpulkan kreativitas dan inovasi berarti :

1. *Thinking and doing new think*.
2. Atau dalam bentuk *old thing in new way*
3. *Generating something from nothing*
4. *Eleboration on the present*, mengelaborasi sesuatu yang sudah ada
5. Membuat sesuatu menjadi lebih simpel atau lebih baik

Seorang pengusaha akan berhasil apabila selalu kreatif dan menggunakan kreativitasnya itu dalam kegiatan usahanya. Kreativitas akan berarti jika ia digunakan, jika tidak digunakan maka kreativitas itu tak ada nilainya.

Maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda, sedangkan inovasi

merupakan kemampuan untuk melakukan, mengaplikasikan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda dapat dalam bentuk hasil seperti pada barang dan jasa, bisa dalam bentuk proses, ide, metode. Kegiatan ini menimbulkan value added, dan merupakan keunggulan yang berharga.

#### 2.17.6 Kreativitas membawa kemajuan

Menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan persaingan ekonomi global, maka kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis. Dunia bisnis memerlukan sumber daya manusia kreatif dan inovatif, dan berjiwa kewirausahaan. Sering kali orang yang tidak berpendidikan tinggi berhasil dalam wirausaha, namun orang yang berpendidikan tinggi diharapkan lebih kreatif dan inovatif. Prinsip dasar yang penting adalah dalam wirausaha diperlukan orang-orang yang kreatif, inovatif, disiplin, memiliki daya cipta, *thinking new thing and doing new thing or create the new and defferent*.

Seperti halnya dengan wirausaha dari Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya yang usaha sandal kelom, dengan pendidikan yang tidak terlalu tinggi yaitu hanya lulusan SD ataupun SLTP tapi mereka menjadi wirausahawan yang sukses dengan menggunakan kreativitas dan inovasinya dalam membuat sandal kelom, yang tadinya hanya sandal kelom yang menyerupai sandal bakiak sekarang telah berkembang pesat dengan berbagai ragam jenis dan style yang unik serta memanjakan mata



jika dilihat, sehingga membuat sandal kelom ini banyak diminati oleh para konsumen.

#### 2.17.7 Bisakah kreativitas diajarkan

Banyak orang yang memandang aneh terhadap orang yang kreatif, seperti mengada-ada, tidak logis, pikiran jelimet, dan memang orang kreatif ini terlahir demikian. Namun sekarang sesuai hasil penelitian hampir setiap orang bisa belajar menjadi orang kreatif. Persoalan dalam dunia kerja atau dalam sebuah organisasi orang jarang diberi kebebasan untuk berkreasi, dia harus mengikuti aturan-aturan baku, disiplin tidak boleh menyimpang, tidak boleh coba-coba.

Inilah yang mendorong seseorang yang kreatif, keluar dari perusahaan, dan membuka usaha sendiri dimana bebas berkreasi menggunakan ide pemikirannya, dan berhasil. Jika orang terlalu dibatasi dalam sebuah kelompok atau organisasi maka tak akan pernah memperlihatkan kreativitasnya.

Otak yang sebelah kananlah yang mendorong kreativitas seseorang. Otak belahan kanan ini bersifat *unconventional*, *unsystematic*, *unstructured* dan ini merupakan otakannya proses kreatif. Jadi harus memacu penggunaan "*the right brained*".

Agar dapat memacu belahan otak kanan, maka harus dibiasakan :

1. Selalu bertanya, apakah ada cara yang lebih baik.
2. Pertanyaan dan kaji lebih jauh kebiasaan yang ada, sifat rutin, dan tradisi.

3. Harus berpikir reflektif, merenung, berpikir lebih dalam.
4. Mencoba melihat sesuatu dari perspektif lain.
5. Berpikir barangkali ada lebih dari satu jawaban yang benar.
6. Lebih relaks guna mencari pemecahan yang inovatif.
7. Memiliki helikopter skill, artinya memiliki kemampuan mengangkt keatas masalah rutin/harian, agar dapat melihat permasalahan atau issu dengan sudut pandang yang lebih luas kemudian diturunkan kembali fokus pada permasalahan yang sedang dikaji, untuk memperoleh ide baru dalam perubahan.

Berdasarkan fungsinya otak dibedakan atas fungsi otak kiri yang menangani berpikir logika, rasional, dan analitik. Sedangkan fungsi otak kanan mengatur tingkat emosional dan pengalaman intuisi. Kreativitas memerlukan kedua fungsi otak tersebut. Berikut ini adalah gambaran proses dari kreativitas :

Gambar.2.3 Three Driving Forces

TAHAP KREATIVITAS	AKTIVITAS	GAYA PSIKOLOGI
Ketertarikan	Penelitian lingkungan	Intuisi / emosi
Persiapan	Persiapan perjalanan	Detail / perencanaan
Pengendapan	“mulling things over”	Intuisi
Penerangan	Pengalaman yg ada	Intuisi
Verifikasi	Riset pasar	Detail / rational
Eksplorasi	Captain of industri	Detail / ration

#### 2.17.8 Usaha meningkatkan kreativitas

Manajemen harus menciptakan suasana dalam organisasi demikian rupa agar kreativitas dapat berkembang diantara karyawannya. pimpinan tidak bisa menyerukan ayo semua harus lebih kreatif dengan hanya memerintah, dan menyediakan dana untuk itu, tapi yang harus dilakukan oleh pimpinan ialah menciptakan iklim organisasi dengan membangkitkan keberanian dan rasa bebas menciptakan sesuatu. Kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan oleh pimpinan ialah izinkan karyawan mengembangkan kreativitasnya, toleransi pada kegagalan, ungkapkan rasa penasaran (*curiosity*), memandang masalah sebagai satu tantangan, adakah pelatihan kreativitas, beri fasilitas berupa peralatan, toleransi terhadap waktu, beri penghargaan, perhatikan contoh-contoh yang sudah ada.

#### 2.17.9 Proses kreativitas

Menurut Zimmerer dalam Alma (2010:75) untuk membangkitkan kreativitas memerlukan suatu proses dengan langkah-langkah tertentu yaitu sebagai berikut :

1. Preparation
2. Investigation
3. Transformation
4. Incubation
5. Illumination
6. Verification
7. Implementation

Langkah persiapan dimaksudkan memberi kondisi kepada seseorang agar memudahkan munculnya kreativitas. Ini dapat dilakukan melalui pendidikan formal, pelatihan, pengalaman kerja. Untuk menyiapkan kreatif harus dilakukan hal-hal yang sangat menunjang sebagai berikut :

- b. Belajar terus menerus.
- c. Banyak membaca tentang apa saja.
- d. Tidak terbatas pada disiplin ilmu sendiri dan dari berbagai sumber.
- e. Bikin klipping.

Langkah kedua, investigation dalam hal ini harus dilakukan pelajari masalahnya dan identifikasi komponen utama permasalahannya.

Langkah ketiga transformation. Coba identifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dengan informasi dan data yang sudah dikumpulkan . disini bisa berlaku analisis divergen dan konvergen.

Langkah ke empat incubation, ini memerlukan waktu untuk melihat kembali berbagai informasi. Masa inkubasi terjadi seakan-akan seseorang keluar atau melupakan masalah yang dihadapi.

Langkah kelima illumination. Langkah ini terjadi pada saat inkubasi, secara spontan muncul ide baru. Langkah ini muncul dalam waktu tidak terbatas, bisa muncul tiba-tiba.

Langkah keenam verification, untuk memvalidasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak, maka dilakukan percobaan, bikin simulasi, test market untuk produk.

Langkah ke tujuh implementation, ini mulai mentransformasi ide menjadi kenyataan dan digunakan, disini berlaku ungkapan siap, bidik, tembak.

## **2.18 Pengembangan Ide Usaha**

### **2.18.1 Sumber Penemuan Ide-ide Baru**

Sumber ide biasanya berkaitan dengan hal-hal atau kegiatan yang menyangkut organisasi atau lembaga yang ada hubungannya dengan bisnis, seperti :

#### **1. Konsumen**

Dengan memperhatikan potensial konsumen terutama *needs* dan *wants* mereka maka dapat menimbulkan ide-ide usaha baik untuk produk baru ataupun perbaikan dari produk yang sudah ada.

Seperti *need* konsumen peminum kopi yang tinggi akan macam cita rasa kopi serta *want* mereka akan tempat minum kopi yang memungkinkan mereka menikmati kopi dengan santai dan beramai-ramai dengan kolega mendorong tumbuhnya warung kopi di mal-mal atau perkantoran baik dari luar negeri (*Coffe Bean* dan *Starbucks*) serta dari dalam negeri (Kopi Luwak, Nescafe dll).

#### **2. Perusahaan yang sudah ada**

Terkadang dari produk yang sudah ada di pasar belum memenuhi tingkat kebutuhan konsumen sehingga diperlukan perbaikan produk ataupun pengembangan produk tersebut.

Selain itu penanganan perusahaan terhadap produk yang tidak baik juga dapat mendorong terciptanya ide untuk cara menangani produk yang dapat menciptakan produk lebih sesuai dengan konsumen.

### 3. Saluran Distribusi

Pendistribusian yang tidak merata atau tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat menimbulkan ide-ide usaha untuk menyempurnakan produk ataupun menciptakan produk baru.

### 4. Pemerintah

Ada dua cara sumber pengembangan ide dari pemerintah yaitu pertama, melalui dokumen hak-hak paten yang memungkinkan pengembangan sejumlah produk baru. Kedua, melalui pengaturan pemerintah kepada dunia bisnis yang bisa memungkinkan munculnya gagasan produk baru. Misalnya adalah peraturan pemerintah mengenai kebersihan udara melalui pengurangan emisi gas buang kendaraan memungkinkan munculnya usaha-usaha produk pengurang emisi seperti bahan bakar tanpa timbal dan produk *catalitic converter* (penyaring gas buang) kendaraan.

### 5. Penelitian dan Pengembangan

Melalui penelitian dan pengembangan memungkinkan timbulnya gagasan produk baru atau perbaikan dari produk yang sudah ada.

Walaupun terdapat banyak pendekatan untuk mencari sumber ide bagi produk atau jasa, proses ini dapat dipercepat dengan penggunaan saran-saran berikut :

a. Kebutuhan akan Sumber Penemuan

Penemuan yang berasal dari persepsi kebutuhan yang jelas ingin dipenuhi dan banyak produk atau jasa yang telah dikembangkan dari persepsi tersebut seperti kebutuhan irigasi di daerah langka air, mahal, dan agak bergaram memungkinkan seorang wirausaha memproduksi peralatan penetes air sesuai metode irigasi yang sesuai.

b. Hobi atau Kesenangan Pribadi

Hobi atau minat pribadi adakalanya bisa mendorong bisnis baru. Contohnya adalah orang yang memiliki hobi mobil dan kebersihan tubuh akan membuat usaha bengkel dengan salon sehingga pemilik mobil dapat mengurus tubuhnya sementara mobilnya dibengkel.

c. Mengamati Kecenderungan-kecenderungan

Kecenderungan dan kebiasaan dalam mode merupakan sumber gagasan untuk melakukan usaha. Peluang yang terlihat oleh pengamat dan mendorong wirausaha mengerjakan sesuatu yang baru pada saat yang tepat. Contohnya adalah saat mode pakaian bermerek tumbuh maka marak bisnis factory outlet di kota Bandung dan Jakarta

d. Mengamati Kekurangan-kekurangan produk dan jasa yang ada

Kekurangan pada produk dilakukan dengan memperbaiki kinerja atau menambah keunggulan yang diperlukan.

e. Pemanfaatan Produk dari Perusahaan lain

Produk atau perusahaan baru dapat terbentuk sebagai perusahaan yang memanfaatkan produk dari perusahaan yang ada.

## **2.19 Ciri-Ciri dan Karakteristik Kepribadian Wirausaha**

### **2.19.1 Ciri-ciri Kepribadian Wirausaha**

Kehidupan adalah rentetan dari perubahan keadaan, pertukaran angkatan, dan pengalaman-pengalaman. Tidak ada dua orang yang sama dan tidak ada dua pengalaman yang sama. Kesuksesan tergantung sebagian besar kepada bagaimana kita dengan baik merundingkan caramelalui hubungan sehari-hari dengan orang lain tanpa perselisihan dan pertentangan. Orang yang pandai berunding demikian adalah orang yang mengerti seni menjual atau mampu mempengaruhi orang lain.

Memulai usaha diawali dengan menilai peluang dan melaksanakan riset pasar, memperkenalkan produk melalui promosi atau iklan, memilih lokasi bisnis strategis, menetapkan harga, mencari pelanggan serta mengembangkannya. Pribadi wirausaha adalah sama dengan karakter wiraswasta, yakni seorang yang mengaplikasikan sikap mental wiraswasta di bidang bisnis. Banyak orang sanggup berperilaku seperti pribadi seorang berwirausaha, akan tetapi tidak mampu memanfaatkannya untuk mencapai keberhasilan. Hal tersebut ditentukan oleh ciri kepribadian serta falsafah berwirausaha yang menjadi kiatnya.

Inkeles dalam Suryana (2003: 29) mengatakan bahwa kualitas manusia modern tercermin pada orang yang berprestasi dalam produksi modern yang dimanifestasikan dalam bentuk sikap, nilai, dan tingkahlaku dalam kehidupan sosial. Ciri-cirinya meliputi keterbukaan terhadap pengalaman baru, selalu membaca perubahan sosial, lebih realistis terhadap



fakta dan pendapat, berorientasi pada masa kini dan masa yang akan datang bukan pada masa lalu, berencana, percaya diri, memiliki aspirasi, berpendidikan dan mempunyai keahlian, respek, hati-hati, dan memahami produksi.

Ciri-ciri perilaku kewirausahaan yang dikemukakan oleh McClelland dalam Suryana (2003: 31) yaitu:

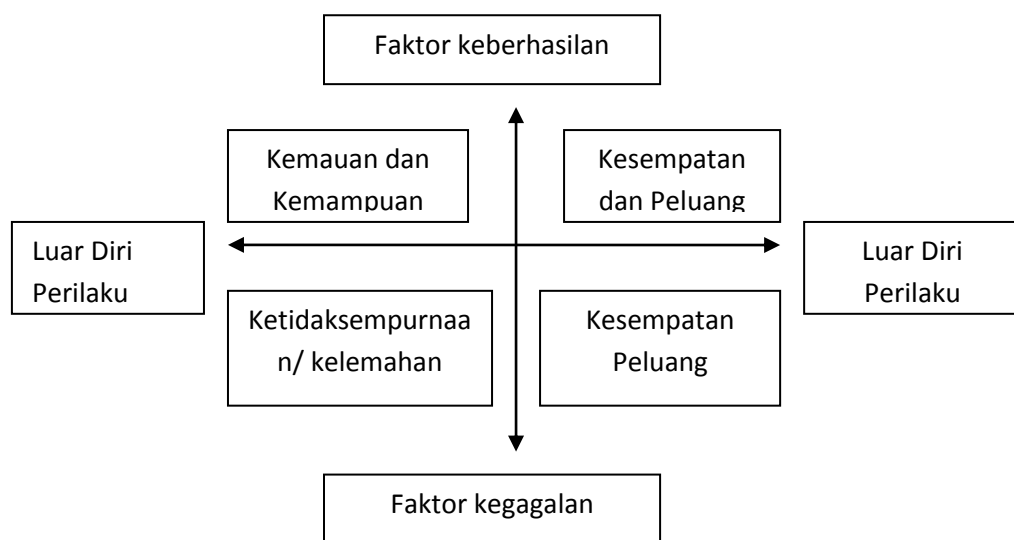
- (1) Keterampilan pengambilan keputusan dan mengambil risiko yang moderat, dan bukan atas dasar kebetulan belaka.
- (2) Energik, khususnya dalam bentuk berbagai kegiatan inovatif.
- (3) Tanggungjawab individual.
- (4) Mengetahui hasil-hasil dari berbagai keputusan yang diambilnya dengan tolok ukur satuan uang sebagai indikator keberhasilan.
- (5) Memiliki kemampuan berorganisasi, meliputi kemampuan, kepemimpinan, dan manajerial.

Menurut Soemanto (1984: 45) bahwa ciri-ciri wirausaha adalah sebagai berikut:

- (1) Memiliki moral yang tinggi yakni manusia yang minimal menjalankan enam sifat utama, yakni bertakwa kepada Tuhan YME, memiliki kemerdekaan batin, mementingkan keutamaan, kasih sayang terhadap sesama manusia, loyal pada hukum dan adil.
- (2) Sikap mental wirausaha, artinya seseorang yang mempunyai kemampuan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidupnya, memiliki keyakinan kuat atas kekuatan yang ada pada dirinya.

- (3) Memiliki kepekaan terhadap arti lingkungan, artinya bahwa seorang wirausaha memiliki keinginan besar untuk memanfaatkan potensi ekonomi lingkungan setempat secara produktif.

Berdasarkan ciri-ciri kepribadian berwirausaha yang dikemukakan oleh berbagai pakar tersebut, dapat dirumuskan model analisis diri wirausaha dalam Gambar 2.4. sebagai berikut.



Gambar 2.4 Model Analisis Diri Wirausaha

Sumber: H.M Sujuti Jahja, Ibid dalam Suryana (2003: 32)

Berdasarkan gambar 1.2 diatas telah dikemukakan bahwa wirausaha adalah inovator dalam mengombinasikan sumber-sumber bahan baru, teknologi baru, metode produksi baru, akses pasar baru. Oleh Ibnu Soedjono dalam Suryana (2003: 32) perilaku kreatif dan inovatif tersebut dinamakan “*entrepreneurial action*“ yang ciri-cirinya:

- (1) Selalu mengamankan investasi terhadap resiko
- (2) Mandiri
- (3) Berkreasi menciptakan nilai tambah
- (4) Selalu mencari peluang
- (5) Berorientasi ke masa depan

Perilaku tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai kepribadian wirausaha, yaitu nilai-nilai keberanian mengambil resiko, sikap positif, optimis, keberanian mandiri, memimpin, dan kemajuan belajar dari pengalaman.

Keberhasilan dan kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik eksternal maupun internal. Menurut Sujuti Jahja dalam Suryana (2003: 32) faktor internal yang berpengaruh adalah kemajuan, kemampuan, dan kelemahan. Sedangkan faktor yang berasal dari eksternal diri perilaku adalah kesempatan atau peluang.

#### 2.19.2 Karakteristik Kepribadian Wirausaha

Sifat kepribadian wirausaha dipelajari guna mengetahui karakteristik perorangan yang membedakan seorang wirausaha dan bukan wirausaha. *David McClelland* mengindikasikan ada korelasi positif antara tingkah laku orang yang memiliki motif prestasi tinggi dengan tingkah laku wirausaha.

Karakteristik orang-orang yang mempunyai motif prestasi tinggi adalah:

- (1) Memilih resiko “*moderate*”. Dalam tindakannya dia memilih melakukan sesuatu yang ada tantangannya, namun dengan cukup kemungkinan untuk berhasil.
- (2) Mengambil tanggung jawab pribadi atas perbuatan-perbuatannya. Artinya kecil sekali kecenderungan untuk mencari “*kambing hitam*” atas kegagalan atau kesalahan yang dilakukannya.
- (3) Mencari umpan balik (feed back) tentang perbuatan-perbuatannya.
- (4) Berusaha melakukan sesuatu dengan cara-cara baru.

Upaya untuk mengungkapkan karakteristik utama wirausaha juga dilakukan oleh para ahli dengan menggunakan teori letak kendali (*locus of control*) yang dikemukakan oleh J.B. Rotter. Teori letak kendali menggambarkan bagaimana meletakkan sebab dari suatu kejadian dalam hidupnya. Apakah sebab kejadian tersebut oleh faktor dalam dirinya dan dalam lingkup kendalinya atau faktor diluar kendalinya.

Dua kategori letak kendali menurut Rotter yaitu:

1. *Internal*

Orang yang beranggapan bahwa dirinya mempunyai kendali atas apa yang akan dicapainya. Karakteristik ini sejalan dengan karakteristik wirausaha seperti lebih cepat mau menerima pembaharuan (inovasi).

2. *Eksternal*

Orang yang beranggapan keberhasilan tidak semata tergantung pada usaha seseorang, melainkan juga oleh keberuntungan, nasib, atau keter-

gantungan pada pihak lain, karena adanya kekuatan besar disekeliling seseorang.

Management Systems International menyebutkan karakteristik pribadi wirausaha (*personal entrepreneurial characteristics*) sebagai berikut:

- a) Mencari peluang
- b) Keuletan
- c) Tanggungjawab terhadap pekerjaan
- d) Tuntutan atas kualitas dan efisiensi
- e) Pengambilan resiko
- f) Menetapkan sasaran
- g) Mencari informasi
- h) Perencanaan yang sistematis dan pengawasannya
- i) Persuasi dan jejaring/koneksi
- j) Percaya diri

## **2.20 Ciri dan Karakteristik Wirausaha**

Seorang wirausahawan sudah sepantasnya mampu melihat jauh ke depan. Melihat jauh ke depan maksudnya adalah mampu melihat peluang, menciptakan peluang, memiliki perhitungan yang matang dan dapat memecahkan masalah yang sedang atau akan dihadapinya.

Ciri-ciri wirausaha tersebut bukanlah suatu perkara yang mudah untuk ditemukan setiap individu, diperlukan kesungguhan dari setiap individu agar selalu mengembangkan dan mengasaha potensi wirausaha

yang dimilikinya, sehingga nantinya potensi (ciri-ciri wirausaha) tersebut dapat muncul dan bahkan berkembang pada diri individu.

Mengetahui ciri-ciri wirausaha diperlukan aspek-aspek yang menjadi indikator untuk mengatakan bahwa individu tersebut telah mempunyai ciri-ciri atau memenuhi kriteria sebagai seorang wirausahawan.

B.N Marbun dalam Alma (2009: 52) mengungkapkan bahwa seorang wirausaha harus memiliki ciri-ciri dan watak sebagai berikut:

**Tabel 2.5 Ciri dan Watak Wirausahawan**

<b>Ciri-Ciri</b>	<b>Watak</b>
Percaya Diri	Kepercayaan (keteguhan) Ketidaktergantungan, kepribadian mantap Optimis
Berorientasikan tugas dan hasil	Kebutuhan atau haus akan prestasi Berorientasi laba Tekun dan tabah Tekad, kerja keras dan motivasi Energik Penuh inisiatif
Pengambil resiko	Mampu mengambil resiko Suka pada tantangan
Kepemimpinan	Mampu memimpin Dapat bergaul dengan orang lain Menanggapi saran dan kritik
Keorsinilan	Inovatif (pembaharu) Kreatif Fleksibel Banyak sumber

	Serba bias Mengetahui banyak
Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan Perseptif

*Sumber: Buchari Alma, 2009: 52*

Sedangkan karakteristik yang khas dari seorang wirausaha menurut Zimmer dan Scarborough dalam Alma (2009:110) ada 13 karakteristik;

1. Memiliki komitmen tinggi terhadap tugasnya.
2. Mau bertanggung jawab.
3. Keinginan bertanggung jawab.
4. Peluang untuk mencapai obsesi.
5. Toleransi menghadapi segala resiko.
6. Yakin pada dirinya.
7. Kreatif dan fleksibel.
8. Ingin memperoleh balikan segera.
9. Memiliki enerjik yang tinggi.
10. Iotivasi untuk lebih unggul.
11. Berorientasi ke masa depan.
12. Mau belajar dari kegagalan.
13. Kemampuan pemimpin.

## **2.21 Ciri-ciri Wirausaha yang Berhasil**

### **2.21.1 Memiliki visi dan tujuan yang jelas**

Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut.

### **2.21.2 Inisiatif dan selalu proaktif**

Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.

### **2.21.3 Berorientasi pada prestasi**

Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktifitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.

### **2.21.4 Berani mengambil risiko**

Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.

### **2.21.5 Kerja keras**

Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja kerjas



merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.

#### 2.21.6 Bertanggungjawab terhadap segala aktifitas yang dijalankannya

Baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggungjawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.

#### 2.21.7 Komitmen pada berbagai pihak

Merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.

#### 2.21.8 Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak

Baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalanakan, antara lain kepada: para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

Kompetensi perlu dimiliki oleh wirausahawan seperti halnya profesi lain dalam kehidupan, kompetensi ini mendukungnya ke arah kesuksesan. Dan & Bradstreet business Credit Service (1993 : 1) mengemukakan 10 kompetensi yang harus dimiliki, yaitu :

##### 1. *Knowing your business*

Yaitu mengetahui usaha apa yang akan dilakukan. Dengan kata lain, seorang wirausahawan harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan.

2. *Knowing the basic business management*

Yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasi dan mengenalkan perusahaan, termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, dan membukukan kegiatan-kegiatan usaha. Mengetahui manajemen bisnis berarti memahami kiat, cara, proses dan pengelolaan semua sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien.

3. *Having the proper attitude*

Yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya. Dia harus bersikap seperti pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh dan tidak setengah hati.

4. *Having adequate capital*

Yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya bentuk materi tetapi juga rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha. Oleh karena itu, harus cukup waktu, cukup uang, cukup tenaga, tempat dan mental.

5. *Managing finances effectively*

Yaitu memiliki kemampuan / mengelola keuangan, secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat, dan mengendalikannya secara akurat.

6. *Managing time efficiently*

Yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya.

7. *Managing people*

Yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan / memotivasi, dan mengendalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan.

8. *Satisfying customer by providing high quality product*

Yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan.

9. *Knowing Hozu to Compete*

Yaitu mengetahui strategi / cara bersaing. Wirausaha harus dapat mengungkap kekuatan (strength), kelemahan (weaks), peluang (opportunity), dan ancaman (threat), dirinya dan pesaing. Dia harus menggunakan analisis SWOT sebaik terhadap dirinya dan terhadap pesaing.

10. *Copying with regulation and paper work*

Yaitu membuat aturan / pedoman yang jelas tersurat, tidak tersirat. (Triton, 2007 :137 – 139).

Delapan anak tangga menuju puncak karir berwirausaha dalam Alma (106 – 109), terdiri atas :

1. Mau kerja keras (*capacity for hard work*).
2. Bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people*).
3. Penampilan yang baik (*good appearance*).

4. Yakin (*self confidence*).
5. Pandai membuat keputusan (*making sound decision*).
6. Mau menambah ilmu pengetahuan (*college education*).
7. Ambisi untuk maju (*ambition drive*).
8. Pandai berkomunikasi (*ability to communicate*).

## **2.22 Keterampilan dalam Berwirausaha**

Soemanto (1984: 4) menyatakan untuk menjadi wirausaha diperlukan beberapa keterampilan sebagaimana dikemukakan sebagai berikut:

### **2.22.1 Keterampilan berpikir kreatif dan inovatif**

Manusia wirausaha memiliki jiwa *entrepreneurship* yakni didukung oleh cara-cara berpikir kreatif dengan mengerahkan daya imajinasi serta menggunakan proses berpikir ilmiah. Manusia yang penuh ide cemerlang atau kreatif selalu optimis memandang hidup sebagai suatu yang penuh dengan kesempatan, kemungkinan untuk maju dan berhasil dalam hidup.

### **2.22.2 Keterampilan dalam membuat keputusan**

Seseorang yang berjiwa wirausaha selalu melibatkan anggotanya dalam proses pengambilan keputusan serta dilakukan secara efektif dan objektif karena keputusan akhir sangat menentukan keberhasilan usahanya.

### 2.22.3 Keterampilan dalam kepemimpinan

Pemimpin yang berorientasi pada tugas menerapkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan dalam setiap kegiatannya selalu membina hubungan manusiawi dalam masyarakat.

### 2.22.4 Keterampilan dalam bergaul antar manusia (*Human Relations*)

Pergaulan yang efektif dan komunikatif mampu menarik konsumen yang akhirnya akan meningkatkan jumlah pelanggan. Sosialisasi dilandasi sikap menghormati kepentingan orang lain, menghargai pendapat, serta mengusahakan penampilan diri yang menyenangkan orang lain.

### 2.22.5 Keterampilan manajerial

Mengelola sumber-sumber material maupun sumber personal untuk mencapai kesuksesan merupakan tugas manajerial. Mintzberg dalam Schermerhourn (2000: 14) menyatakan bahwa tugas manajer mencakup peran interpersonal menyangkut interaksi dengan pihak dalam maupun luar usaha, peran informasional melibatkan pemberian, penerimaan dan penganalisisasi informasi dan peran pengambilan keputusan yang menyangkut pemecahan masalah atau melihat kesempatan.

## **2.23 Strategi Pengelolaan Wirausaha yang Efektif**

Pengelolaan wirausaha yang efektif adalah cara menyelenggarakan dan mengurus sebuah usaha. Untuk dapat mengelola suatu usaha sangat dibutuhkan tidak hanya keberanian dan modal yang besar saja, melainkan yang lebih penting adalah bagaimana mencari strategi yang tepat dalam

mengelola usaha tersebut sehingga dapat terus bertahan dalam persaingan dan berhasil. Persaingan yang ketat membutuhkan perjuangan agar usaha bisnis tetap eksis di masyarakat. Upaya yang dilakukan dalam mengelola suatu kelompok usaha agar berjalan efektif dalam rangka mencapai tujuan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

### 2.23.1 Perencanaan (*planning*)

Merupakan usaha sadar, terorganisasi dan terus menerus dilakukan untuk memilih alternatif tindakan guna mencapai tujuan. Perencanaan bukan kegiatan yang tersendiri, tapi merupakan suatu bagian dari proses pengambilan keputusan yang kompleks. Perencanaan adalah proses untuk menentukan tujuan yang akan dicapai serta langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapainya. Menurut Machfoedz (2005: 19) perencanaan dalam kewirausahaan dimulai dengan menetapkan tujuan, mengatur strategi, kebijakan dan metode untuk mencapainya. Dengan perencanaan seorang wirausahawan menetapkan tindakan, cara, waktu dan pelaksana yang akan melaksanakan rencana.

Proses perencanaan merupakan dasar aktivitas manajerial yang lain. Adapun jenis perencanaan antara lain:

#### 1. Perencanaan strategis

Adalah penyusunan rencana jangka panjang (1-5 tahun) secara komprehensif berkaitan dengan aktivitas yang akan dilakukan dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan usaha.

## 2. Perencanaan taktis

Adalah rencana jangka pendek (kurang dari 1 tahun) yang dirinci berdasarkan keputusan strategis yang berupa kebijakan prosedur dan peraturan-peraturan.

## 3. Perencanaan hubungan keorganisasian.

## 4. Perencanaan produk.

### 2.23.2 Organisasi (*organizing*) dalam mengelola

Kegiatan ini merupakan sistem kerjasama dari sekelompok orang yang mencapai tujuan tertentu (Schremerhourn,2000: 3). Secara umum mendefinisikan pengorganisasian sebagai aktivitas menetapkan hubungan antara manusia dan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Pengertian ini menjelaskan bahwa kegiatan pengorganisasian berkaitan dengan upaya melibatkan orang-orang ke dalam kelompok, dan upaya melakukan pembagian kerja diantara anggota kelompok itu untuk melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengorganisasian berfungsi untuk menyusun sumber daya manusia dan sumber daya materi dalam melaksanakan perencanaan yang dibuat oleh wirausahawan (Machfoedz, 2005: 21). Tujuannya adalah untuk mengkoordinir semua bagian dari usaha. Pengorganisasian menyusun struktur orang yang terlibat dalam aktivitas usaha.

### 2.23.3 *Pengarahan (actuating)*

Pengarahan adalah proses menumbuhkan semangat pada karyawan supaya bekerja giat serta membimbing mereka melaksanakan rencana dalam pencapaian tujuan bersama. Fungsi pengarahan dilakukan untuk membimbing karyawan agar memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, membangkitkan motivasi serta semangat kerja (Machfoedz, 2005: 22).

Proses pengarahan memungkinkan wirausahawan menciptakan komitmen, mendorong usaha-usaha yang mendukung tercapainya tujuan serta mempengaruhi para karyawan agar melakukan yang terbaik untuk kepentingan usaha dan atau organisasi.

### 2.23.4 *Pengawasan (controlling) dan Evaluasi*

Pengawasan merupakan dinamika seseorang yang mengusahakan agar pekerjaan terlaksana sesuai rencana yang telah ditetapkan, dan hasil pelayanan menimbulkan kepuasan konsumen. *Controlling* pada awalnya adalah memantau dan evaluasi serta mengevaluasi pekerjaan yang sedang atau telah dilaksanakan yakni memberikan pelayanan kepada konsumen kemudian membandingkan antara hasil penilaian tersebut dengan standar yang dibuat.

Penilaian atau evaluasi merupakan kegiatan penting untuk mengetahui apakah tujuan yang ingin yang telah ditentukan dapat tercapai. Dinamika pengawasan dan evaluasi ditujukan pada setiap komponen khususnya karyawan dan kegiatan wirausahawan itu sendiri. Mereka



melaksanakan dinamika kerja sesuai tugas atau tidak dan apakah konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Apabila hasil yang dicapai ternyata belum sesuai target maka dilakukan perbaikan tertentu.

## **2.24 Faktor-Faktor Yang Mendorong dan Penghambat Wirausaha**

### **2.24.1 Faktor-faktor Pendorong Wirausaha**

Wirausaha adalah kemampuan seseorang untuk melihat peluang pasar dan mampu memanfaatkannya dengan menghasilkan suatu barang ataupun jasa. Kemampuan yang didapatkan seseorang tersebut tentulah disebabkan oleh beberapa faktor-faktor pendukung seseorang untuk melakukan wirausaha. Berikut beberapa faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan wirausaha seperti dikutip dalam Alma, (2009: 11) :

- a. Faktor personal; faktor personal yang mendorong atau memaksa seseorang untuk terjun ke dunia wirausaha adalah :
  - 1) Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang sekarang
  - 2) Faktor usia
  - 3) Komitmen atau minat yang tinggi terhadap wirausaha
- b. Faktor *Environment* (lingkungan) :
  - 1) Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan
  - 2) Mengikuti latihan-latihan atau *incubator* bisnis
  - 3) Kebijakan pemerintah.
- c. Faktor *Sociological* :
  - 1) Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha

## 2) Adanya bantuan family dalam berbagai kemudahan

Faktor yang mendukung keberhasilan berwirausaha dapat dijelaskan sebagai berikut:

### (1) Pendidikan

Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui pendidikan bertujuan membentuk manusia bermoral, berbudi pekerti, cerdas dan terampil. Semakin tinggi pendidikan maka semakin banyak pengetahuan yang diperoleh dan semakin luas wawasan yang dimiliki. Seorang wirausaha yang berpendidikan formal tinggi mengelola usaha dengan baik.

### (2) Psikologis

Dilihat dari segi psikis, seorang yang berjiwa wirausaha telah bersifat dewasa secara mental dan emosional (Wanardi, 2000: 8). Hal tersebut berarti bahwa seseorang telah mencapai tingkat kematangan psikis dalam menghadapi masalah secara dewasa dan menerima orang lain sebagai potensi yang dapat mendukung jalannya usaha. Kedewasaan dan penguasaan emosional yang baik sangat diperlukan berkaitan dengan jenis usaha yang sedang dijalankan.

### (3) Lingkungan Sosial Budaya

Kedatangan suatu hal yang baru ke dalam masyarakat menyebabkan perubahan-perubahan kondisi sosial budaya setempat. Pengenalan teknologi baru ke dalam masyarakat tidak selalu berjalan mulus dan langsung diterima. Kedatangannya membuktikan besarnya manfaat

teknologi tersebut seorang wiraswasta yang tangguh akan mampu memasukkan teknologi baru tersebut sebagai sesuatu yang sangat bermanfaat dan menjadikannya sebagai media usaha.

Langkah pertama seorang wirausaha dalam memulai usahanya adalah dengan memanfaatkan lingkungan sebagai peluang mengadakan inovasi berdasarkan norma yang dianut masyarakat setempat untuk dicoba sampai dengan menuai hasilnya.

#### (4) Lokasi

Lokasi merupakan hal yang penting dalam mendirikan usaha karena mempengaruhi pengembangan usaha. Penentuan lokasi untuk jenis usaha akan dipengaruhi oleh faktor kedekatan dengan modal, pasar, bahan baku dan energi, tanah, kebijakan pemerintah, dan angkutan.

Disamping itu kedekatan dengan konsumen serta sarana transportasi dapat meningkatkan minat masyarakat untuk memanfaatkan jasa tersebut. Sya'roni MD (1996: 3) mengemukakan bahwa umumnya lokasi perusahaan ditentukan oleh kedekatan dengan pasar, hubungan dengan pelanggan, tersedianya staf yang mampu, serta ketersediaan bahan mentah.

#### (5) Modal

Modal dapat berupa modal uang dan barang. Modal yang besar memungkinkan untuk menyediakan fasilitas yang lengkap, sehingga sangat mendukung peningkatan usaha. Ciri-ciri dari keberhasilan berwirausaha adalah dilihat dari berlipatnya kekayaan modal, keuntungan

bertambah, fasilitas, sarana selalu diperbaharui, dan diperbanyak yang menyebabkan peningkatan jumlah pelanggan.

#### (6) Promosi

Promosi merupakan suatu upaya mengenalkan produk kepada konsumen dengan cara tertentu. Promosi adalah berkomunikasi dengan dan meyakinkan konsumen. Sebuah promosi dapat berupa tawaran perkenalan khusus, potongan harga, demonstrasi, peragaan khusus, contoh-contoh gratis, atau iklan khusus (Sya'roni, 1996: 1). Wirausaha meyakinkan keberadaan usaha dengan cara memasang iklan di tempat pengumuman, ditembok, atau memasang spanduk di pinggir jalan.

#### 2.24.2 Faktor-faktor Penghambat Wirausaha

Segala sesuatu di dunia berjalan seimbang (saling melengkapi) ada pria, pasti ada perempuan, ada siang pasti ada malam, begitupun dalam hal berwirausaha ada faktor pendukung dan ada faktor penghambat, yang menjadi faktor penghambat berwirausaha dalam (Agus Gunawan, 2009: 6) yaitu:

- a. Tidak adanya dana atau modal
- b. Sifat kepemimpinan
- c. Pengalaman
- d. Lokasi

Merujuk pada faktor-faktor penghambat dalam berwirausaha di atas, yang dimaksud dengan a) tidak adanya dana atau modal, bisa bersifat materiil (uang) dan nonmateriil (keahlian), b) sifat kepemimpinan yaitu

dalam melakukan wirausaha diperlukan sifat kepemimpinan yang baik agar wirausaha dapat berhasil juga, sebaliknya jika sifat kepemimpinan tersebut tidak dapat muncul atau tidak baik, itu akan menjadi suatu penghambat bagi keberhasilan wirausaha, c) pengalaman bisa menjadi faktor penghambat bagi para pemula yang baru memulai berwirausaha, d) lokasi tempat berwirausaha sangat menentukan dalam keberhasilan wirausaha, lokasi dalam penelitian ini yang dijadikan faktor penghambat yaitu mengenai lokasi tempat berwirausaha yang ditentukan oleh intensitas waktu.

Penjabaran dari hambatan yang tertulis di atas yaitu sebagai berikut :

(1) Pendidikan

Pendidikan sekolah yang tidak dilengkapi dengan perolehan pengetahuan dan keterampilan dari pendidikan di luar sekolah dianggap belum cukup. Menurut penyelidikan Charle Schreiber dalam Sya'roni MD (1996: 1), bahwa 85% dari keberhasilan seseorang ditentukan oleh nilai-nilai kepribadian yang diperoleh dari pembelajaran di luar sekolah, sedangkan pendidikan sekolah formal hanya berperan sebesar 15%.

Wirausahawan yang menerapkan pengetahuan dan keterampilan pendidikan di luar sekolah saja dalam mengelola usahanya kurang terencana dengan baik. Disamping itu wirausahawan yang hanya bermodalkan uang saja tanpa memiliki keterampilan dalam bidang tersebut akan mengurangi kualitas pemberian layanan pada konsumen. Jadi seorang

wirausahawan harus menerapkan berbagai keterampilan dan berbagai inovasi agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dan tetap bertahan.

## (2) Psikologis

Seseorang yang bermental wirausaha maka akan berhasil dalam berkarya. Akan tetapi jika seorang wirausaha bersikap pesimis, takut menghadapi resiko, kurang dapat memanfaatkan kesempatan yang ada dan tidak komunikatif maka cepat atau lambat usahanya akan mengalami kebangkrutan. Di sisi lain, seorang yang berwirausaha telah mencapai tingkat kematangan psikis serta mencapai kestabilan emosi, sehingga dalam menghadapi masalah dapat diselesaikan secara dewasa.

Soemanto (1988: 53) mengatakan bahwa masih banyak wirausahawan yang takut menghadapi risiko dan mereka hanya ingin aman serta mengelak dari kegagalan. Disamping itu mereka tidak menyadari bahwa pada hakekatnya semua pekerjaan mengandung risiko. Wirausahawan yang tidak memiliki sifat diatas, maka kurang dapat menghadapi permasalahan yang timbul dalam kegiatan usahanya dan pada akhirnya akan mengalami kegagalan dalam persaingan bisnis.

## (3) Lingkungan Sosial Budaya

Adanya pembaharuan (inovasi) mendatangkan sesuatu yang baru. Seringkali masyarakat menunjukkan sikap menentang perubahan karena dianggap dapat menghilangkan norma sosial yang telah melekat dan dengan perubahan itu mereka kehilangan keseimbangan dalam kepribadian mereka (Jomo, 1986: 24). Seringkali situasi sosial budaya

setempat tidak dapat menerima adanya sesuatu yang baru ke dalam lingkungannya sehingga perlu pendekatan tertentu. Hal ini dapat menghambat kemajuan usaha yang dikelola.

(4) Modal

Modal meliputi barang-barang hasil produksi tahan lama yang pada gilirannya digunakan sebagai input untuk produksi lebih lanjut (Hutabarat, 1997: 176).

(5) Lokasi

Lokasi yang kurang strategis misalnya jauh dari masyarakat, sarana transportasi dan jauh dari pasar akan menghambat proses berwirausaha karena mengakibatkan kesulitan mendapat pelanggan dan memperoleh peralatan serta fasilitas lain. Lokasi yang baik memenuhi faktor kedekatan dengan pasar, dekat dengan bahan baku, tersedianya fasilitas angkutan, terjaminnya pelayanan umum seperti penerangan listrik dan air, kondisi lingkungan yang mendukung kerjasama antar personil, tersedianya tenaga kerja yang mempunyai keterampilan sesuai usaha yang ditekuni serta kondisi persaingan sehat (Soemanto, 1991: 61-67).

Faktor lain adalah adanya lahan kosong yang memungkinkan perluasan serta pengembangan tempat usaha. Pemilihan lokasi yang kurang memperhatikan faktor tersebut perlahan mungkin akan tersisih oleh persaingan usaha sejenisnya yang menempati lokasi yang lebih strategis.

## (6) Promosi

Tujuan utama promosi adalah mengkomunikasikan pesan kepada pembeli yang potensial. Sedangkan maksud mengkomunikasikan pesan adalah agar menimbulkan keinginan konsumen untuk membeli produk atau memanfaatkan jasa usaha.

Wirausaha yang kurang mensosialisasikan produk, keberadaan produk atau keberadaan usahanya tidak akan berkembang karena konsumen tidak akan mengetahui inovasi terbaru yang diterapkan oleh wirausahawan sehingga akan berdampak terhadap kerugian usaha. Oleh karena itu seorang wirausahawan membutuhkan promosi terhadap usahanya atau inovasi terbaru dalam usahanya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk menjadi pelanggan.

### **2.25 Faktor Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan dalam Berwirausaha**

Menurut Zimmerer dalam Suryana (2003: 44) Faktor-faktor penyebab seseorang gagal dalam berwirausaha adalah:

- (1) Tidak kompeten dalam manajerial.
- (2) Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan teknik maupun memvisualisasikan usaha, kemampuan mengkoordinasikan, mengelola sumberdaya manusia, maupun mengintegrasikan operasi perusahaan.
- (3) Kurang dapat mengendalikan keuangan.
- (4) Gagal dalam perencanaan.
- (5) Lokasi yang kurang memadai.
- (6) Kurangnya pengawasan peralatan.



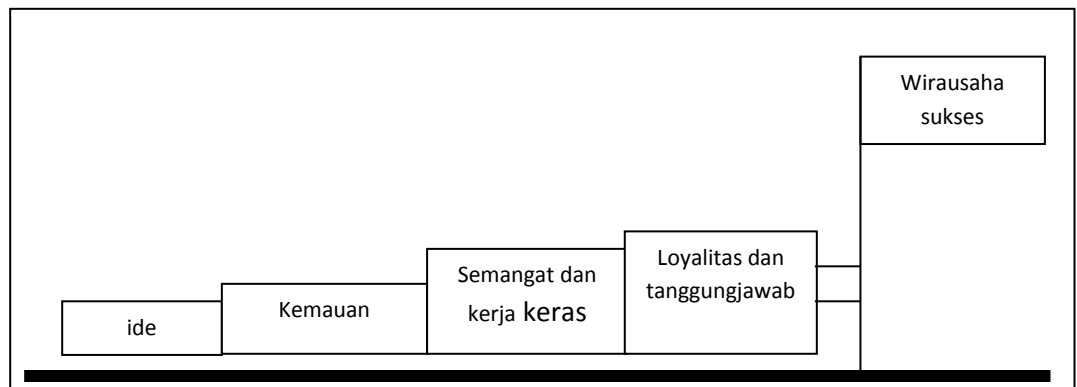
(7) Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha.

(8) Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi perusahaan.

Sedangkan untuk menjadi wirausaha yang sukses, maka langkah-langkah yang dapat ditempuh antara lain:

1. Memiliki ide dan visi bisnis yang jelas.
2. Ada kemajuan dan kemampuan untuk menghadapi resiko, baik waktu atau uang.
3. Semangat dan kerja keras sesuai dengan urgensinya.
4. Mampu mengembangkan hubungan baik dengan mitra usahanya maupun dengan semua pihak terkait dengan kepentingan perusahaan.

Adapun langkah menuju keberhasilan usaha dapat dilihat pada gambar 2.5 sebagai berikut:



Gambar 2.4 Langkah Menuju Wirausaha yang Berhasil

Sumber: Suryana (2003: 44)

## 2.26 Problematika Berwirausaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah problem diartikan sebagai masalah, persoalan. Sedangkan problematik artinya hal yang

menimbulkan masalah, hal yang belum dapat dipecahkan, permasalahan. Dalam teori manajemen, problem didefinisikan sebagai penyimpangan. Kalau kita merencanakan sesuatu untuk terjadi, tetapi yang terjadi ternyata bukan yang kita rencanakan, itulah yang disebut dengan problem/penyimpangan (Ubaedy, 2008:169). Menurut Ubaedy (2008: 169-170) menyatakan bahwa dalam konsep bisnis, problem dapat muncul karena faktor keterbatasan (*the limiting factors*). Faktor keterbatasan ini umumnya dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

- (1) keterbatasan material
- (2) keterbatasan finansial
- (3) keterbatasan sumber daya manusia
- (4) keterbatasan dalam menangani perubahan faktor eksternal.

Faktor keterbatasan keterbatasan inilah yang menyebabkan berbagai macam problematika yang dihadapi mantan karyawan usaha sandal kelom terkait dorongan/motivasi dalam berwirausaha

Selaras dengan teori manajemen, menurut Ubaedy (2008:170) problem dikelompokkan menjadi empat antara lain:

- (1) Misteri (*mystery*) atau penyimpangan yang tidak diketahui apa penyebabnya.
- (2) Teka-teki (*puzzle*) atau penyimpangan yang tidak kita ketahui solusinya yang tepat.
- (3) Dilema (*dilemma*) atau penyimpangan yang tidak kita ketahui pilihan mana yang tepat.

(4) Kesulitan (*difficulties*) atau penyimpangan yang tidak kita ketahui bagaimana cara menyelesaikannya.

Menurut Ubaedy (2008: 20) dalam pandangan agama sebab-sebab yang dapat menimbulkan problem dapat dibagi menjadi dua yaitu:

(1) Sebab-sebab problem yang *visible*. *Visible* disini adalah sebab-sebab yang dapat ditelaah lewat nalar. Misalnya problem yang disebabkan karena ketidakcermatan kita dalam memilih dan menentukan sesuatu, ketidakcermatan dalam mengambil keputusan.

(2) Sebab-sebab *invisible* atau sebab-sebab yang diluar nalar atau sebab-sebab “gaib”. Dalam hidup ini kita sering menemui problem yang muncul begitu saja dan nalar kita tidak dapat menelaah sebab-sebabnya. Secara tiba-tiba problem itu muncul dan harus kita selesaikan. Problem ini disebut juga misteri atau problem yang sebab-sebabnya tidak atau belum kita ketahui.

Bicara tentang problem dan faktor-faktor penyebabnya tentu tidak akan ada ujungnya. Semakin banyak kemudahan yang ditawarkan kemajuan, semakin banyak pula problem yang muncul. Problem adalah sesuatu yang diijinkan Tuhan untuk terjadi. Jadi, sia-sia saja kita mengharapakan problem tidak pernah ada dalam kehidupan kita. Rumusnya adalah segala sesuatu yang diijinkan Tuhan pasti ada gunanya yaitu akan menjadi sebuah penawaran kepada kita untuk memilih. Dengan kata lain, problem dapat kita gunakan untuk memperbaiki diri kearah yang lebih baik, memperluas wawasan dan pemahaman, atau memperkuat kematangan. Kita

juga dapat memilih untuk menghancurkan diri sendiri, merusak diri sendiri, dan membiarkan diri sendiri tetap mundur. Jadi, meskipun semua orang menghadapi problem, tetapi kegunaan problem bagi tiap-tiap orang sungguh berbeda-beda. Semua itu tergantung pada individunya masing-masing. Salah satu fungsi problem yaitu untuk menunjukkan bukti diri atau untuk menunjukkan siapa diri kita sebenarnya. Menurut Earl Nightingale dalam Ubaedy (2008: 177) menyebutkan bahwa masalah yang manusia hadapi sebetulnya dimaksudkan untuk menjembatani jurang pemisah antara dimana manusia berada dan tujuan yang hendak dicapai.

Berdasarkan teori manajemen, Ubaedy (2008: 178) mengatakan bahwa kemampuan seseorang dalam menghadapi problem hidup mempunyai skala tertentu, yaitu sebagai berikut:

- (1) Skala nol (0): kita menjadi orang yang lebih lemah, lebih buruk, lebih gelap, atau lebih rusak akibat problem yang menimpa, dalam kurun waktu yang cukup lama. Tidak ada pengetahuan, pengalaman, dan pencerahan baru yang kita dapatkan dari problem itu.
- (2) Skala satu (1): kita memang merasakan hal-hal diatas, namun cepat menarik diri. Tetapi, setelah menarik diri, tidak ada perubahan kearah yang lebih baik yang kita gagas. Kita tidak peduli dengan problem. Problem itu tidak begitu menggelapkan kita ataupun mencerahkan kita.
- (3) Skala dua (2): kita memang memberikan reaksi negatif terhadap problem, namun sifatnya sangat sementara (*just in time*). Setelah itu, kita berusaha mengambil pelajaran penting dari problem itu. Tetapi,

pelajaran itu terkadang belum kita olah sebagai bahan untuk mengambil keputusan penting dalam praktik hidup kita. Kita memang sudah tercerahkan oleh problem, tetapi pencerahan itu sifatnya masih dalam bentuk suasana batin.

(4) Skala tiga (3): kita sudah mampu menarik pelajaran penting dari problem itu dan menggunakannya sebagai alat penting untuk mengambil keputusan yang dapat kita jalankan dalam kehidupan kita.

(5) Skala empat (4): kita sudah menjadikan pelajaran itu sebagai bahan keputusan yang dapat kita jalankan dan juga sudah belajar mengantisipasi munculnya problem yang berpotensi. Kita sudah belajar memahami apa yang harus kita lakukan dan apa yang harus kita hindari.

## **2.27 Kerangka Berfikir**

Wirausaha merupakan orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru, atau mengolah bahan baku baru.

Sedangkan menurut Bygrave (1996:2) *Entrepreneur is the person who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it*. Seorang wirausaha ialah orang yang melihat peluang lalu membuat suatu organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut.

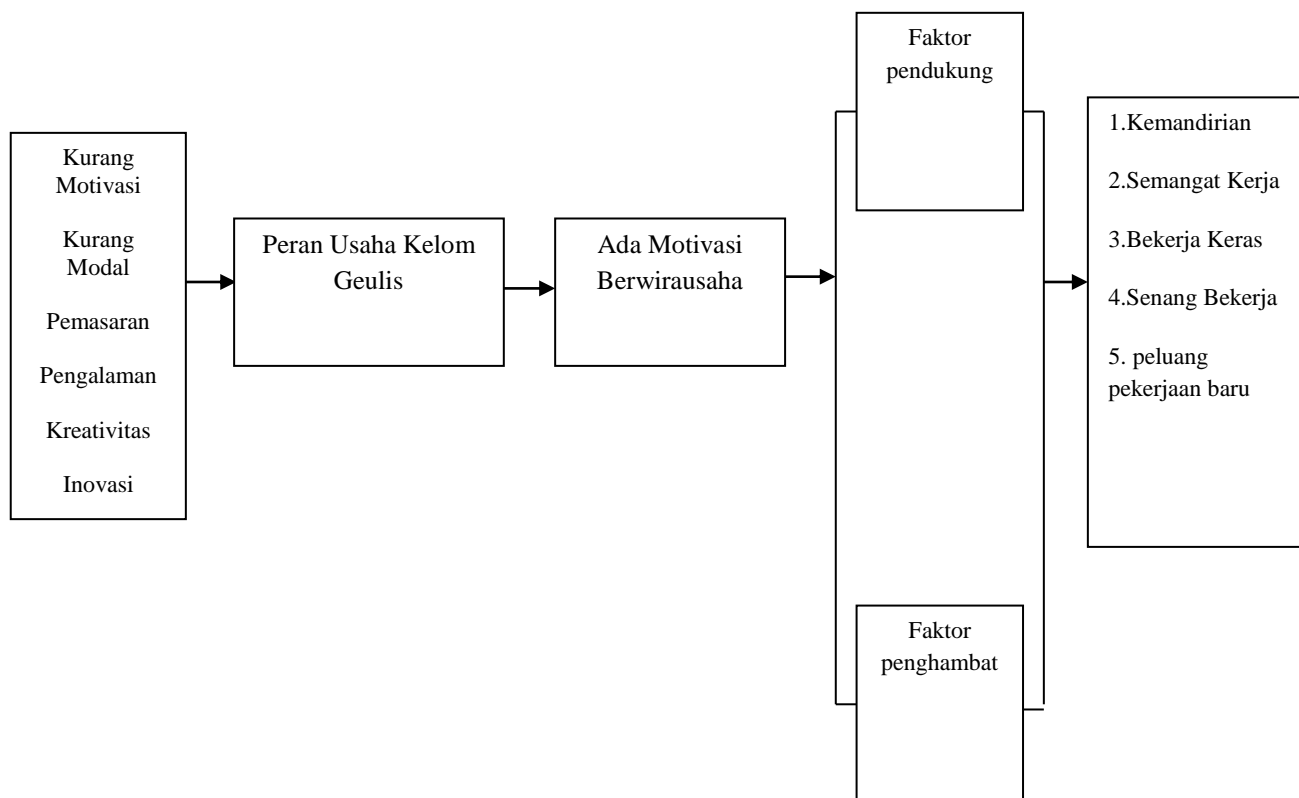
Dalam berwirausaha tentunya tidak semudah yang kita pikirkan, pada tahun 1997 Indonesia telah mengalami krisis multidimensi, dan angka pengangguran relatif tinggi, sementara angka kemiskinan juga tidak kunjung menurun secara signifikan.

Situasi seperti ini semua pihak ditantang untuk mengatasi permasalahan semacam ini. Salah satu alternatif yang paling populer adalah mengembangkan sikap dan perilaku kewirausahaan masyarakat. Percepatan pembangunan yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk mengejar ketertinggalannya akibat krisis ekonomi dan moneter yang dialami oleh bangsa Indonesia terus dilakukan. Salah satu usaha yang dilakukan oleh pemerintah adalah memberikan ruang gerak yang proporsional kepada para pengusaha kecil dan menengah (UKM) sekaligus memberdayakannya.

Salah satu UKM itu yakni Usaha Kelom Geulis yang ada di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya, usaha ini ternyata bisa mendobrak sistem ekonomi yang ada di kota Tasikmalaya dan meminimalisir pengangguran yang ada di kota Tasikmalaya pada umumnya dan Desa Setiawargi pada khususnya, makin banyaknya minat akan kelom geulis ini baik dari dalam kota, luar kota bahkan mancanegara membuat makin pesatnya usaha kelom geulis di kota Tasikmalaya.

Maka dengan adanya peluang kerja yang bagus ini usaha kelom geulis mempunyai peranan yang berarti bagi masyarakat Kota Tasikmaya dan Desa Setiawargi lebih spesifiknya.

Berdasarkan deskripsi tersebut dapat dirumuskan kerangka berpikir dalam gambar 2.6 sebagai berikut:



Gambar 2.6 Kerangka Berpikir Penelitian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang menurut Moleong (2005:6) mendefinisikan metode kualitatif yaitu penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah peran sandal kelom geulis dalam meningkatkan motivasi berwirausaha, dan mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat masyarakat Setiawargi dalam berwirausaha sandal kelom geulis.

Agar peneliti dapat mendeskripsikan secara jelas dan rinci serta memperoleh data mendalam terhadap penelitian ini, maka penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun alasan pemilihan menggunakan pendekatan tersebut adalah dari ciri-ciri tertentu pada permasalahan dalam penelitian ini, sebagaimana yang dikemukakan Lincoln dan Guba; yang mengulas sepuluh ciri penelitian kualitatif, yaitu: (1) dilakukan pada latar ilmiah, (2) manusia sebagai instrumen, (3) metode kualitatif, (4) analisis data secara induktif, (5) arah penyusunan teori berasal dari dasar (*ground theory*), (6) bersifat deskriptif,



(7) mementingkan proses daripada hasil, (8) menghendaki ditetapkannya batas dasar fokus, (9) adanya kriteria khusus untuk keabsahan data, dan (10) desain bersifat sementara (Moleong, 1993: 4-8).

Metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan: pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan langsung dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong, 2007: 5). Penelitian kualitatif deskriptif memungkinkan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, memungkinkan mengkaji masalah-masalah normatif sekaligus memaparkan temuan di lapangan.

## **3.2 Lokasi dan Subjek Penelitian**

### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertempat di Desa Setiawargi Rt.05 Rw.09 Desa Setiawargi Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya. Desa Setiawargi termasuk ke dalam salah satu kampung yang berwirausaha sandal kelom geulis, dan banyak toko-toko yang sudah berdiri kebanyakan warganya bekerja dalam pembuatan sandal kelom geulis. Selain hal tersebut alasan peneliti memilih lokasi di Desa Setiawargi karena berdasarkan pada objek kajian penelitian yang peneliti ambil yaitu tentang peran usaha sandal kelom geulis dalam meningkatkan motivasi berwirausaha di masyarakat desa setiawargi kota tasikmalaya.

### 3.2.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bekerja di usaha sandal kelom geulis di Kelurahan Setiawargi baik yang masih bertahan dan mempunyai motivasi terkait wirausaha yang dijalankan.

### 3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini berisi pokok-pokok kajian dan yang menjadi pusat perhatian dari peneliti yaitu:

- 1) Peran usaha sandal kelom geulis dalam meningkatkan motivasi wirausaha Masyarakat di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya
- 2) Motivasi masyarakat Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya dalam berwirausaha
- 3) Bagaimana faktor pendukung dan penghambat motivasi Masyarakat Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya dalam berwirausaha.

### 3.4 Prosedur Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Sumber dan Jenis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu, data utama dan data tambahan. Menurut Lofland dalam Moleong (1993: 12), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan. Data utama diperoleh dari para informan, sedangkan data pendukung atau tambahan bersumber dari dokumen berupa catatan, rekaman, buku, arsip dan gambar/foto.

Untuk memperoleh data utama dalam penelitian ini adalah melalui subjek, yaitu para pekerja sandal kelom geulis. Sedangkan sumber informasi pendukung dari penelitian ini menggunakan sumber data dari pihak lain yaitu pendiri usaha sandal kelom geulis.

#### 3.4.2 Instrumen Penelitian

Merujuk pada fokus penelitian diatas, instrumen penelitian meliputi pengkajian peran usaha kelom geulis (sandal) terhadap motivasi berwirausaha masyarakat setiawargi, faktor-faktor penghambat dan pendukung masyarakat setiawargi dalam berwirausaha,. Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama, sedangkan instrumen non manusia bersifat mendukung. Peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama. Hal itu dilakukan karena jika memanfaatkan alat bukan manusia, maka sangat tidak mungkin untuk mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan. Selain itu masalah yang dapat berhubungan dengan responden dan yang mampu memahami kaitan kenyataan-kenyataan di lapangan (Moleong, 1993: 5). Kehadiran peneliti merupakan tolok ukur keberhasilan terhadap beberapa kajian.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

#### 3.5.1 Metode Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.

Metode wawancara dilakukan dengan pertimbangan; (a) informasi yang diperoleh dapat lebih mendalam karena peneliti mempunyai peluang yang lebih luas untuk mengembangkan informasi lebih mendalam; (b) melalui wawancara peneliti berpeluang untuk mengetahui peran usaha kelom geulis (sandal) serta faktor pendukung dan penghambat motivasi berwirausaha masyarakat setiawargi.

Wawancara secara garis besar dibagi 2 (dua) yaitu wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur sering disebut dengan wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif dan wawancara terbuka Sedangkan wawancara terstruktur sering disebut juga dengan wawancara baku yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya (biasanya tertulis) dengan pilihan jawaban yang juga sudah disediakan.

Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancarannya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara ini dilakukan jika sejumlah sampel yang representatif ditanyai dengan pertanyaan yang sama. Semua Subjek dipandang mempunyai kesempatan yang sama untuk menjawab pertanyaan yang diajukan. Sedangkan wawancara tak terstruktur digunakan untuk menemukan informasi yang bukan baku dan sifatnya lebih bebas dan mendalam. Subjek biasanya terdiri atas orang-orang yang terpilih karena sifatnya yang khas. Pertanyaan biasanya tidak disusun lebih dahulu dan disesuaikan dengan keadaan serta ciri-ciri yang unik dari

informan. Pelaksanaan tanya jawab antara pewawancara dengan Subjek seperti percakapan dalam sehari-hari.

Dalam penelitian ini, peneliti mengadakan wawancara langsung dengan para pekerja sandal kelom geulis. Adapun prosedur wawancaranya yaitu peneliti menemui langsung para pekerja yang akan dijadikan sebagai subjek dalam penelitian, akan tetapi dilakukan di waktu senggang bekerja. Hal ini dilakukan agar peneliti tidak mengganggu aktifitas bekerja dan peneliti dapat melakukan wawancara dengan lebih santai kepada subjek penelitian agar data yang dijelaskan lebih rinci dan akurat.

### 3.5.2 Metode Observasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang akurat tentang keadaan di lapangan dengan melakukan pengamatan langsung. Pengamatan dilakukan secara terbuka yakni diketahui oleh subjek, dan subjek secara sukarela memberi kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi dan mereka menyadari bahwa ada orang yang mengamati perilaku mereka (Moleong, 1993: 127).

Kegiatan observasi dilakukan pada motivasi para pekerja sandal kelom geulis. Adapun prosedur observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati aktifitas usaha sandal kelom geulis yang usahanya masih bertahan baik dari segi sikap, perbuatan maupun cara bersosialisasi dengan konsumen.

### 3.5.3 Metode Dokumentasi

Bentuk yang digunakan untuk mengumpulkan data ini yaitu: catatan, dokumen, peraturan, foto, dan sebagainya (Arikunto, 1992: 200). Dengan metode ini penulis dapat mempelajari literatur yang ada hubungannya dengan materi dalam penelitian ini.

Pertimbangan peneliti menggunakan metode dokumentasi adalah; (a) dokumentasi adalah sumber data yang stabil, menunjukkan suatu fakta yang tengah berlangsung dan mudah diperoleh, (b) dokumentasi sebagai sumber data yang kaya untuk memperjelas keadaan atau identitas subjek penelitian sehingga dapat mempercepat proses penelitian, (c) dokumentasi melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat catatan tentang pembukuan masuk maupun keluar dan memotret lokasi usaha ataupun melihat dokumen-dokumen terkait usaha yang dijalankan. Adapun prosedur penelitian yang dilakukan peneliti adalah dengan meminta ijin Subjek penelitian untuk meminjam pembukuan masuk maupun keluar keluar dari aktifitas usaha yang dilakukan (jika ada), memotret lokasi usaha dan meminjam dokumen-dokumen (foto-foto) terkait aktifitas usaha dengan tujuan untuk melengkapi data selain hasil data yang didapatkan melalui wawancara dan observasi.

### **3.6 Keabsahan Data Penelitian**

Moleong (1993: 173) mengemukakan bahwa untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebihnya adalah 2 (dua) bulan dengan intensitas sering melakukan kunjungan kepada para Subjek di tempat bekerja. Peneliti melakukan pendekatan secara personal kepada masing-masing Subjek untuk dijadikan sumber data.

#### **3.6.1 Tahap Pelaksanaan Penelitian**

##### **3.6.1.1 Tahap Persiapan**

Sebelum membuat desain penelitian, maka terlebih dahulu dilakukan survei awal pada lokasi penelitian, yaitu: Lokasi dimana tempat usaha sandal kelom eulis yang menjalankan usahanya dan Lokasi rumah dimana tempat pengrajin membuat sandal kelom geulis. Melalui survei awal dilihat permasalahan yang menarik untuk diteliti, kemudian dibuatlah desain penelitian yang dikonsultasikan kepada dosen pembimbing.

Setelah mendapatkan masukan dan dilakukan perbaikan sampai dengan disetujui, maka peneliti mulai membuat panduan observasi dan wawancara sebagai instrumen untuk mengumpulkan data agar tidak melenceng dari permasalahan yang akan diteliti. Setelah dikonsultasikan

dengan dosen pembimbing dan mendapat persetujuan maka peneliti mengajukan permohonan meneliti kepada instansi terkait.

#### 3.6.1.2 Tahap Orientasi

Setelah mendapatkan izin penelitian, maka peneliti mengadakan pendekatan dengan para pengrajin sandal kelom geulis yang sekarang sudah punya usaha sendiri dan bertahan sampai sekarang. Melalui pendekatan ini disampaikan; maksud penelitian, prosedur penelitian, data, dan perkiraan waktu yang dibutuhkan untuk mengumpulkan data dengan cara yang telah ditentukan.

#### 3.6.1.3 Tahap Eksplorasi

Pada tahap berikutnya adalah kegiatan mengumpulkan data dengan mengeksplorasi berbagai keterangan yang dibutuhkan, atau sesuai panduan observasi dan wawancara di tempat usaha sandal kelom geulis

#### 3.6.1.4 Tahap Pemeriksaan Terhadap Keabsahan Data

Sesuai dengan kriteria keabsahan data, maka teknik pemeriksaan yang dipakai yaitu:

1. *Perpanjangan Keikutsertaan*

Peneliti sebagai instrumen terlibat langsung dalam kegiatan eksplorasi, dengan perpanjangan keikutsertaan peneliti, maka akan meningkatkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.



## 2. Ketekunan Pengamatan

Data dikumpulkan dan diamati dengan tekun untuk mengetahui ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan/isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

## 3. *Kecukupan Referensial*

Pada saat melakukan eksplorasi, peneliti melakukan penampungan terhadap informasi yang tidak direncanakan dengan cara mencatat maupun merekam dengan bantuan *tape recorder/handphone* untuk disimpan. Maksudnya apabila sewaktu-waktu dibutuhkan atau pada waktu mengadakan pengujian, informasi tersebut dapat digunakan.

### **3.7 Analisis Data**

Bogdan dan Bikleu dalam Arikunto (1992: 145) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan analisis data adalah suatu proses mengurutkan dan mengamati secara sistematis transkrip wawancara (interview), catatan lapangan (hasil observasi), dan bahan-bahan lain yang ditemukan untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diamati dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain.

Dalam penelitian kualitatif seperti yang dianjurkan oleh Miles dan Huberman (1992: 16) analisis data meliputi tiga langkah pokok yaitu: 1) reduksi data, 2) penyajian data, 3) penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Ketiga langkah ini dilakukan secara terus menerus sejak awal. Data yang

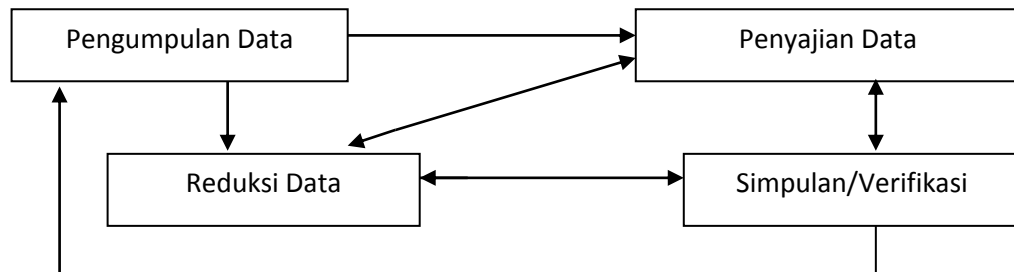
diperoleh dari lapangan segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan analisis.

Reduksi data adalah proses pemilihan, perumusan, perhatian pada penyederhanaan atau menyangkut pokok-pokok yang penting agar lebih mudah dikendalikan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, membuang yang tidak perlu, yang akan memberikan gambaran yang lebih terarah tentang hasil pengamatan dan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data apabila diperlukan.

Penyajian data merupakan upaya penyajian data untuk melihat gambaran keseluruhan data atau bagian-bagian tertentu dari penelitian. Kesimpulan dan verifikasi adalah upaya untuk mencari makna terhadap data yang dikumpulkan dengan pola, hubungan, bersamaan hal-hal yang sering timbul dan sebagainya. Data yang dikumpulkan tidak semuanya dianggap valid dan reliabel, karena perlu dilakukan reduksi agar data yang akan dianalisis benar-benar memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Muara dari keseluruhan proses analisis data perlu dilakukan pengecekan kembali terhadap data yang dikoreksi, saat pertama kali data tersebut dikumpulkan.

Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi sebagai suatu yang jalin menjalin pada saat, selama, dan sesudah pengumpulan data. Dan bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan

umum disebut “analisis”. Tiga hal utama itu menurut Milles dan Huberman (2002: 20) dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Komponen-Komponen Analisis Data, Metode Interaktif (Miles dan Huberman, 1992: 20).

Tahapan analisis data dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi sebagai berikut:

### 3.7.1 Pengumpulan data

Pengumpulan data ini dilakukan berkaitan dengan data di lapangan yaitu peneliti melakukan wawancara, observasi pada para pekerja sandal kelom geulis.

### 3.7.2 Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada transformasi data kasar yang muncul dari catatan di lapangan. Reduksi data juga merupakan bentuk analisis yang menajamkan dan mengarah, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data yang sedemikian rupa sehingga dapat menarik suatu kesimpulan.

Reduksi data yang peneliti lakukan antara lain dengan menajamkan hasil penelitian tentang peran usaha sandal kelom geulis dalam

meningkatkan motivasi berwirausaha warga setiawargi, mengarahkan hasil penelitian sesuai dengan permasalahan penelitian dan membuang data yang tidak perlu. Pada tahap ini peneliti memilih data yang paling tepat, yang disederhanakan dan diklasifikasikan atas dasar-dasar tema-tema, memadukan data yang tersebar, menelusuri tema untuk data tambahan, dan membuat kesimpulan menjadi uraian singkat.

### 3.7.3 Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun dan dapat menarik suatu kesimpulan dalam pengambilan suatu tindakan. Bentuk penyajian data yang dipilih dalam penelitian ini adalah bentuk naratif dengan tujuan/harapan setiap data tidak lepas dari latarnya.

### 3.7.4 Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan yaitu suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dari latar belakang seperti diatas maka analisis dan penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan bagaimana peran usaha sandal kelom geulis dalam meningkatkan motivasi berwirausaha masyarakat, mengidentifikasi fsktor pendukung dan penghambat dengan beberapa konsep teoritis yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini peneliti mengoreksi kembali hasil penelitian dan setelah data tersebut sesuai kemudian dapat ditarik kesimpulan dari setiap item yang ada.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yakni dari wawancara, pengamatan yang

sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto, gambar (Moleong, 1993: 209). Analisis data merupakan proses pemanduan yang menyeluruh dan bermakna. Dua cara yang dapat dilakukan untuk menganalisis dalam penelitian kualitatif yaitu: 1) analisis data di lapangan, 2) analisis data setelah pengumpulan data selesai. Cara yang pertama dilakukan pada waktu kegiatan pengumpulan data di lapangan sedang berlangsung. Cara ini dilakukan secara berulang-ulang dan hasilnya harus di uji kembali, sedangkan cara yang kedua dilakukan setelah proses pengumpulan data telah selesai, cara ini dilakukan sekali dan hasilnya tidak perlu di uji kembali di lapangan karena sudah menjadi analisis akhir.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kedua cara tersebut karena peneliti menganggap bahwa dua cara tersebut dapat saling melengkapi dalam menganalisis hasil data di lapangan. Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagai suatu yang berkaitan pada saat sebelum, selama dan sesudah pengumpulan data berlangsung. Dalam hal ini peneliti mengoreksi kembali hasil penelitian dengan catatan yang terdapat di lapangan selama penelitian dan setelah data tersebut sesuai dapat ditarik kesimpulan dari setiap item yang ada.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

##### **5.1.1 Motivasi Usaha Sandal Kelom Geulis dalam Berwirausaha**

Motivasi usaha sandal kelom geulis dalam berwirausaha cukup tinggi, baik itu dari motif biogenetis atau dari motif sosiogenetis, hal tersebut diperkuat dengan bukti karyawan sandal kelom geulis telah membuka usaha sendiri dengan usaha yang sama yaitu usaha sandal kelom dan menunjukkan kesuksesan dalam berwirausahanya.

##### **5.1.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Motivasi dalam Berwirausaha**

Faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat mantan karyawan sandal kelom geulis yang sudah dianggap mampu untuk membuka usaha sandal kelom dalam berwirausaha telah teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Faktor pendukung dalam berwirausaha :
  - a. Faktor personal: , 1) minat yang tinggi terhadap wirausaha, 2) usaha yang menjanjikan untuk kedepannya dilihat di pasaran. 3) dapat meningkatkan taraf hidup untuk lebih sejahtera. 4) Tidak cepat puas sehingga selau berinovasi.
  - b. Faktor lingkungan: 5) adanya potensi dari Desa Setiawargi dalam mendirikan usaha sandal kelom.

c. Faktor *sociological*: 6) adanya dorongan atau motivasi yang tinggi dari pemilik usaha sandal geulis.

2. Faktor penghambat dalam berwirausaha:

1. Modal: bagi mantan karyawan sandal kelom geulis yang sekarang sudah mempunyai usaha sendiri untuk berwirausaha sandal kelom, modal ini menjadi salah satu faktor penghambatnya, sehingga ada yang diberikan modal oleh pemilik sandal kelom geulis, dan ada pula dengan modal mandiri namun meminjam dari pihak Bank.

2. Pengalaman: bagi pemilik usaha sandal kelom geulis dan mantan karyawan sandal kelom geulis yang sudah mempunyai usaha sendiri, ada yang menyebutkan bahwa pengalaman ini menjadi salah satu faktor penghambat untuk beliau karena masih kurangnya pengalaman dalam berwirausaha.

3. Kreativitas : Kreativitas dalam pembuatan sandal kelom yaitu dalam menginovasi sandal usaha sandal kelom geulis yang harus bersaing antara pengusaha yang satu dengan yang lainnya, dan ini menjadi faktor penghambat bagi mereka.

Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha di kalangan mantan karyawan usaha sandal kelom secara internal disebabkan oleh minat yang mempengaruhi semangat serta rasa percaya diri untuk berwirausaha. Berkaitan dengan faktor eksternal secara umum yang mempengaruhi motivasi dalam berwirausaha adalah adanya pasar yang

dapat mendorong subjek melakukan aktivitas usaha, dan usaha sandal kelom yang cukup menjanjikan.

### **5.1.3 Peran Pengusaha Snadal Kelom Geulis dalam Memotivasi Berwirausaha Mantan Karyawan**

Adapun peran pengusaha sandal kelom geulis untuk memotivasi mantan karyawannya dalam berwirausaha, memang ada dan terbukti setelah hasil lapangan. Peran pengusaha sandal kelom geulis sebagai salah satu usaha yang cukup menjanjikan dan untuk memotivasi karyawannya untuk berwirausaha, alat motivasi dan jenis-jenis motivasi yang dilakukan untuk memotivasi karyawan sudah cukup baik terlaksanakan secara konsep. Berikut adalah peran pengusaha sandal kelom geulis dalam memotivasi berwirausaha mantan Karyawan:

1. Memberikan semangat untuk bisa membuka usaha sandal kelom, yaitu dengan melihat pasaran yang dapat bersaing dengan usaha yang lain, dan usaha sandal kelom ini yang cukup menjanjikan untuk kedepannya yang dapat meningkatkan taraf hidup kepada yang lebih baik lagi.
2. Memberikan peluang pekerjaan dan terus menerus berkreasi, berinovasi membuat hal-hal yang baru agar para konsumen tidak bosan dengan sandal kelom sehingga usaha sandal kelom ini tetap dimintai oleh para konsumen.



## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran untuk pengusaha sandal kelom geulis**

Saran ini secara khusus peneliti sampaikan kepada pengusaha sandal kelom geulis, dengan harapan agar pengusaha sandal kelom yang sudah mempunyai pengalaman yang lebih dapat terus memberikan dorongan terhadap mantan karyawan agar mereka dapat meningkatkan wirausahanya dan tak hanya itu pemilik usaha sandal kelom geulis ini dilihat dari kendalanya yaitu dalam berkreaitivitas atau menginovasi sandal kelom yang masih belum luwes atau masih kurang agar pemilik usaha dan mantan karyawan dapat membuka sebuah organisasi agar mantan karyawan yang sulit dalam berkreaitivitas dapat terbantu karena ada pelatihan pembuatan sandal kelom. Tak hanya itu adanya organisasi usaha sandal kelom geulis untuk mempermudah mendapatkan modal ketika sewaktu-waktu kesulitan mencari modal maka dengan adanya organisasi ini dapat lebih membantu. Karena peneliti melihat ketika penelitian dan observasi mantan karyawan ini kesulitan dalam hal mencari modal ketika sedang mendapatkan banyak pesanan sandal.

### **5.2.2 Saran untuk Mantan Karyawa Sendal Kelom**

Saran ini peneliti sampaikan kepada mantan karyawan usaha sandal kelom geulis, diharapkan dengan sudahnya membuka usaha sandal kelom ini mereka dapat memberikan ilmunya kepada para karyawannya agar potensi yang ada di Desa setiawargi yitu usaha

sandal kelom dapat lebih bisa bersaing di pasaran baik itu nasional maupun internasional. Tak hanya itu agar dapat membuka peluang pekerjaan bagi orang lain, sehingga mempersempit pengangguran yang ada di kampung Ciatal khususnya dan umumnya di Desa Setiawargi Kota Tasikmalaya. Dalam menghadapi hambatan atau kendala baik itu dalam hal pemasaran, modal, kreativitas atau inovasi sandal. Mantan karyawan diharapkan mengikuti pelatihan ataupun membuat organisasi antar pengusaha sandal kelom, agar antara pengusaha sandal kelom tidak terlalu sulit untuk memasarkan dan mendapatkan modal usaha, serta dapat *sharing* antara pengusaha sandal kelom.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. (2009). *Kewirausahaan*. Bandung. Alfabeta.
- Arifin, Zainal. (2009). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung. Rosda Karya.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anonim. 2013. *Motivasi Untuk Berwirausaha*, (online) (<http://www.iskandarst.com/motivasi-untuk-berwirausaha/> diakses 12 April 2014).
- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. (2010). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Kencana.
- Gary A. Yukl. (1989). *Leadership in Organizations*. USA. Prentice-Hall, Inc.
- Hamzah B. Uno. (2009). *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. (2008). *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Indarti Nurul dan Rokhima Rostiani. 2008. *Journal International of Business and Economic in Indonesia Vol.23, No.24*, (online), ([http://Downloads/jurnal\\_bisnis-ekonomi.htm](http://Downloads/jurnal_bisnis-ekonomi.htm), diakses 20 Februari 2015).
- Kapita, Sari, Dewi. 2010. *Problematika Berwirausaha Di Kalangan Universitas Negeri Semarang*. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: UNNES
- Suryana, Yuyus., dan Bayu, Kartibi. 2010. *Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Nazsir, Nasrulloh. (2008). *Dinamika Kelompok dan Kepemimpinan*. Bandung. Widya Padjajaran.
- Rosidi, Ajip. dkk. 2000. *Ensiklopedi Sunda Alam, Manusia, dan Budaya*. Jakarta.
- Soekanto, Soerjono. (1982). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. Rajawali.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- (<http://elqorni.wordpress.com/2009/03/21/teori-motivasi-dalam-manajemen-sdm/>, diakses 19 Januari 2015).

(<http://catatankuliahdigital.blogspot.com/2009/09/teori-teori-motivasi.html>, diakses 19 Januari 2015)

(<http://tutorialkuliah.blogspot.com/2009/10/tugas-kuliah-teori-x-douglas-mcgregor.html>, diakses 19 Januari 2015).

([http://www.academia.edu/9288915/proposal\\_penelitian\\_motivasi\\_wirusaha\\_mahasiswa\\_administrasi\\_pendidikan\\_unp](http://www.academia.edu/9288915/proposal_penelitian_motivasi_wirusaha_mahasiswa_administrasi_pendidikan_unp), diakses 19 Januari 2015).

(Ahira dalam <http://www.aneahira.com/motivasi/pengertian-motivasi.htm>, diakses 27 Januari 2015)

(Suhaimin dalam <http://www.ugmc.bizland.com/lbpts.html>, diakses 29 Januari 2015)

(dalam <http://multiply.com/user/join?connect=agungpia>, diakses 29 Januari 2015)

Edward Tanjung (dalam <http://usaha-umkm.blog.com/category/industri-keuangan/>, diakses 2 Maret April 2015)

(<http://adesyams.blogspot.com/2009/06/faktor-faktor-motivasi-berwirausaha.html>, 23 Maret 2015)

Lampiran I

**KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN  
 “PERAN USAHA SANDAL KELOM GEULIS DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA  
 KARYAWAN DI DESA SETIAWARGI KOTA TASIKMALAYA”**

Tujuan Penelitian	Pertanyaan Penelitian	Aspek yang diteliti	Indikator	Sumber Data	Alat Pengumpul Data	No. Item
1. Untuk memperoleh gambaran tentang motivasi karyawan dalam berwirausaha.	1. Bagaimana motivasi karyawan dalam berwirausaha?	a. Identitas responden	1. Nama 2. Tempat/Tanggal lahir 3. Agama 4. Alamat 5. Pendidikan 6. Pekerjaan 7. Jabatan	a. Pemilik usaha sandal kelom geulis b. Responden (Karyawan Sandal kelom geulis) c. Tokoh Masyarakat (ketua RT 02 Setiawargi)	a. Pedoman Wawancara	1-7
		b. Motivasi Wirausaha	1. Motif Biogenetis <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah penghasilan</li> <li>• Pemenuhan kebutuhan</li> </ul> 2. Motif Sosiogenetis <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sarana dan Prasarana</li> <li>• Lingkungan</li> </ul>			1-19

<p>2. Untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat motivasi Karyawan Sandal kelom geulis dalam berwirausaha.</p>	<p>2. Bagaimana Faktor pendukung dan penghambat motivasi karyawan Sandal kelom geulis dalam berwirausaha?</p>	<p>a. Faktor Pendukung berwirausah a</p> <p>b. Faktor Penghambat</p>	<p>1. Faktor Personal a. Tidak puas dengan pekerjaan sebelumnya b. Gaji atau pendapatan yang menjanjikan c. Komitmen atau minat yang tinggi terhadap wirausaha 2. Faktor Lingkungan d. Ada sumber-sumber (potensi lokal) yang bisa dimanfaatkan. 3. Faktor Sosiological a. Adanya yang memotivasi untuk berwirausaha</p> <p>1. Modal 2. Pengalaman 3. Lokasi</p>			<p>20-26</p>
--	---	--	--	--	--	--------------

3. Untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana peran Usaha sandal Kelom geulis dalam meningkatkan motivasi berwirausaha.	4. 3. Bagaimana peran Usaha sandal Kelom geulis dalam meningkatkan motivasi berwirausaha?	a. Identitas Responden	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nama</li> <li>2. Tempat/Tanggal lahir</li> <li>3. Agama</li> <li>4. Alamat</li> <li>5. Pendidikan</li> <li>6. Pekerjaan</li> <li>7. Jabatan</li> </ol>			1-7
		b. Peran Usaha Sandal kelom geulis	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuka peluang pekerjaan</li> <li>2. Alat-alat Motivasi <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiil</li> <li>• Nonmateriil</li> <li>• Kombinasi</li> </ul> </li> <li>3. Jenis-Jenis Motivasi <ul style="list-style-type: none"> <li>• Positif</li> <li>• Negatif</li> </ul> </li> </ol>			27-29

## Lampiran 2

**PEDOMAN WAWANCARA**

<b>PEMILIK USAHA SANDAL KELOM GEULIS</b>
--

**A. Identitas Subjek Penelitian**

1. Nama : .....
2. Tempat/Tanggal lahir : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Agama : .....
5. Alamat : .....
6. Pendidikan : .....
7. Pekerjaan : .....

**B. Bagaimana Motivasi Berwirausaha Bagi Pemilik Usaha Sandal Kelom****Geulis**

1. Apa pekerjaan Bapak sebelum membuka usaha sandal kelom geulis?
2. Sejak kapan Bapak berwirausaha sandal kelom geulis?
3. Mengapa bapak memilih usaha sandal kelom geulis?
4. Apakah Bapak termotivasi oleh usaha sandal kelom geulis? Jika,ia mengapa?  
Jika tidak mengapa?
5. Adakah motivasi yang lain sehingga Bapak dapat berwirausaha sandal kelom?



6. Motivasi seperti apa?
7. Berapa karyawan Bapak saat ini?
8. Berasal darimanakah karyawan Bapak?
9. Adakah kebijakan yang diberikan?
10. Darimana modal usaha yang diperoleh untuk membuka usaha?
11. Berapa modal awal usaha?
12. Berapa jam anda memperkerjakan karyawan dalam sehari?
13. Berapa gaji yang didapat oleh karyawan?
14. Apa saja bahan yang digunakan untuk proses pembuatan sandal kelom?
15. Bagaimana cara memasarkan sandal kelom?

**C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam berwirausaha**

16. Adakah faktor penghambat dalam berwirausaha?
17. Apa saja faktor penghambat berwirausaha?
18. Apa saja kendala dalam memperoleh bahan baku sandal kelom?
19. Apa ada kendala dalam memasarkan sandal kelom?
20. Bagaimana cara mengatasi faktor penghambat tersebut?
21. Adakah faktor pendukung dalam berwirausaha?
22. Apa saja faktor pendukung berwirausaha?

**D. Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha  
Mantan Karyawan**

23. Sosok seperti apakah seorang pengusaha sandal kelom geulis?
24. Langkah-langkah apa saja yang Bapak lakukan untuk memotivasi berwirausaha mantan karyawan?

25. Apa saja tugas dan fungsi Bapak dalam memotivasi mantan karyawan?
26. Adakah kebijakan dari Bapak sebagai seorang pemilik usaha sandal kelom geulis dalam hal berwirausaha kepada mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk kebijakannya? Jika tidak, apa alasannya?
27. Adakah campur tangan pengusaha dalam pendirian usaha mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk campur tangannya? Jika tidak, mengapa?
28. Apakah Alat motivasi yang bapak gunakan untuk menarik masyarakat berwirausaha?
29. Apakah jenis motivasi yang bapak lakukan untuk memotivasi dalam berwirausaha?

## PEDOMAN WAWANCARA

MANTAN KARYAWAN  
USAHA SANDAL  
KELOM GEULIS

### A. Identitas Subjek Penelitian

1. Nama : .....
2. Tempat/Tanggal lahir : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Agama : .....
5. Alamat : .....
6. Pendidikan : .....
7. Pekerjaan : .....

### B. Bagaimana Motivasi Berwirausaha Bagi Karyawan

1. Apa pekerjaan Bapak sebelum bekerja di usaha sandal kelom geulis?
2. Sejak kapan Bapak bekerja usaha sandal kelom geulis?
3. Mengapa Bapak memilih bekerja di usaha sandal kelom geulis?
4. Siapa yang mengajak Bapak untuk bergabung di usaha sandal kelom geulis?
5. Mengapa anda memutuskan untuk keluar dan mendirikan usaha sandal kelom sendiri?
6. Apakah Bapak termotivasi oleh usaha sandal kelom?

7. Mengapa Bapak termotivasi ?
8. Adakah yang memotivasi Bapak selain usaha sandal kelom dalam berwirausaha?
9. Motivasi seperti apa yang diberikan?
10. Berapa karyawan Bapak saat ini?
11. Berasal darimana karyawan Bapak?
12. Adakah kebijakan yang diberikan Bapak?
13. Darimana modal usaha yang diperoleh untuk membuka usaha kelom?
14. Berapa modal awal usaha sandal kelom?
15. Berapa jam Bapak memperkerjakan karyawan dalam sehari?
16. Berapa gaji yang di dapat oleh karyawan?
17. Apa saja bahan yang digunakan untuk proses pembuatan sandal kelom geulis?
18. Bagaimana cara memasarkan sandal kelom geulis?
19. Kemana saja Bapak memasarkan sandal kelom ini?

**C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam berwirausaha**

20. Adakah faktor penghambat dalam berwirausaha?
21. Apa saja faktor penghambat berwirausaha?
22. Apa saja kendala dalam memperoleh bahan baku sandal kelom?
23. Apa ada kendala dalam memasarkan sandal kelom?
24. Bagaimana cara mengatasi faktor penghambat tersebut?
25. Adakah faktor pendukung dalam berwirausaha?
26. Apa saja faktor pendukung berwirausaha?

#### **D. Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha**

##### **Mantan Karyawan**

27. Sosok seperti apakah seorang pengusaha sandal kelom geulis?
28. Langkah-langkah apa saja yang Bapak lakukan untuk memotivasi berwirausaha mantan karyawan?
29. Apa saja tugas dan fungsi Bapak dalam memotivasi mantan karyawan?
30. Adakah kebijakan dari Bapak sebagai seorang pemilik usaha sandal kelom geulis dalam hal berwirausaha kepada mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk kebijakannya? Jika tidak, apa alasannya?
31. Adakah campur tangan pengusaha dalam pendirian usaha mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk campur tangannya? Jika tidak, mengapa?
32. Apakah Alat motivasi yang bapak gunakan untuk menarik masyarakat berwirausaha?
33. Apakah jenis motivasi yang bapak lakukan untuk memotivasi dalam berwirausaha?

## TRANSKIP WAWANCARA

<p><b>PEMILIK USAHA SANDAL KELOM GEULIS</b></p>
---

### A. Identitas Subjek Penelitian

- |                         |                              |
|-------------------------|------------------------------|
| 1. Nama                 | : SYARIF                     |
| 2. Tempat/Tanggal lahir | : Tasikmalaya, 17 Mei 1965   |
| 3. Jenis Kelamin        | : Laki-laki                  |
| 4. Agama                | : Islam                      |
| 5. Alamat               | : Kp. Ciatat Rt/Rw 02/11     |
| 6. Pendidikan           | : SLTP                       |
| 7. Pekerjaan            | : Pemilik Usaha Sandal Kelom |

### B. Bagaimana Motivasi Berwirausaha Bagi Pemilik Usaha Sandal Kelom Geulis

1. Apa pekerjaan Bapak sebelum membuka usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Sebelum bekerja di usaha sandal kelo ini, saya bekerja di usaha sandal spons dari tahun 1887 dan sekarang berwirausaha ke usaha sandal kelom.

2. Sejak kapan Bapak berwirausaha sandal kelom geulis?

Jawab : Saya berwirausaha sandal kelom ini dari tahun 1998 sampai dan sekarang.

3. Mengapa bapak memilih usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Karena menurut saya usaha sandal kelom ini menjanjikan untuk kedepannya dibandingkan dari usaha lain yang ada di sini.

4. Apakah Bapak termotivasi oleh usaha sandal kelom geulis? Jika,ia mengapa?

Jika tidak mengapa?

Jawab : Ia saya termotivasi oleh usaha sandal kelom ini, karena tadi sudah di singgung ia mbak menurut saya usaha sandal kelom ini menjanjikan dan memang ia menjanjikan mbak.

5. Adakah motivasi yang lain sehingga Bapak dapat berwirausaha sandal kelom?

Jawab : Motivasi yang lain tentunya banyak mbak, ia dari keluarga terutama karena saya ingin memperbaiki taraf hidup kepada yang lebih baik lagi. Dan juga dari lingkungan, banyak yang menganggur mbak disini tak hanya itu banyak yang merantau juga makanya saya termotivasi dengan usaha kelom ini.

6. Motivasi seperti apa?

Jawab : Motivasinya ia dukungan dari keluarga, lingkungan, melihat pasar banyak yang berminat kepada sandal kelom, karena motiv yang sudah makin banyak modis gitu mbak sekarang, tak hanya seperti

sandal tepleklah sekarang yang tinggi juga ada, intinya harus berinovasi mbak.

7. Darimana Bapak mendapatkan keahlian untuk membuat sandal kelom?

Jawab : ia saya kebanyakan otodidak mbak, cuman melihat-lihat dari teman yang sudah duluan berkecimpung di usaha sandal, dan coba mencoba membuat kreasi yang baru dan ternyata itu di minati oleh konsumen akhirnya saya semakin yakin dan semangat untuk berinovasi lagi.

8. Berapa karyawan Bapak saat ini?

Jawab : Karyawan yang dimiliki Bapak awalnya 43, tapi sekarang tinggal 40 orang mbak, soalnya yang 3 itu sudah membuka usaha sendiri.

9. Berasal darimanakah karyawan Bapak?

Jawab : Kebanyakan ia dari kampung sini mbak Kp. Ciatal.

10. Adakah kebijakan yang diberikan?

Jawab : Kebijakan sih ia saya libur setiap hari jumat, dan setiap 3 atau 4 bulan sekali saya ajak karyawan saya untuk piknik, ia agar semangat buat kerjanya lagi.

11. Darimana modal usaha yang diperoleh untuk membuka usaha?

Jawab : Modal usaha itu mandiri mbak.



12. Berapa modal awal usaha?

Jawab : Modal awalnya hanya Rp.2.500.000 dan sekarang sudah Alhamdulillah mbak mencapai Rp.150.000.000.

13. Berapa jam anda memperkerjakan karyawan dalam sehari?

Jawab : ia kalau bekerja dalam sehari dari pagi sampai sore mbak, jam 07.00-16.00 berarti kurang lebih 9 jaman.

14. Berapa gaji yang didapat oleh karyawan?

Jawab : Kalau gaji ia tergantung karyawannya mbak, kalau dia cekatan dalam seminggu dapet 300 paling sedikitnya dan maksimal 600an, karena di lihat dari kodian.

15. Apa saja bahan yang digunakan untuk proses pembuatan sandal kelom?

Jawab : Bahan yang digunakan untuk membuat sandal kelom ia Bapak keseringan dari arba dan mahoni.

16. Bagaimana cara memasarkan sandal kelom?

Jawab : kalau memasarkan sih Alhamdulillah sudah tidak susah lagi mbak, soalnya banyak yang kerumah untuk ngambil sandal ia dijual keliling, tapi ia Bapak juga mengirimkan ke toko-toko juga mbak.

17. Kemana saja Bapak memasarkan sandal kelom ini?

Jawab : Alhamdulillah mbak sandal kelom ini sudah dipasarkan ke berbagai toko yang ada di Tasikmalaya, Bandung, Jakarta, Salatiga, dan sudah di ekspor juga ke Cina, Arab dan Korea.

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam berwirausaha**

16. Adakah faktor penghambat dalam berwirausaha?

Jawab : Faktor penghambat tentu saja ada mbak, ia namanya juga berwirausaha.

17. Apa saja faktor penghambat berwirausaha?

Jawab : Faktor penghambat itu ia ada dari modal, modal kalau lagi banyak orderan terkadang saya kelabakan karena tidak semuanya uang di muka tapi kebanyakan setengahnya dulu “ semisal ada yang memesan sandal 2000 sandal, ia mereka hanya memberi uang untuk 1000 sandal, sedangkan yang 1000nya lagi ia uang dari kita”. Kalau ada uang ia gampang tapi kalau enggak ia Bapak pinjem dulu.

18. Apa saja kendala dalam memperoleh bahan baku sandal kelom?

Jawab : Kendala dalam memperoleh bahan baku tidak terlalu sulit karena ada uang maka ada barang mbak. Soalnya sudah mempunyai langganan.

19. Apa ada kendala dalam memasarkan sandal kelom?

Jawab : Dalam memasarkan tidak terlalu mbak karena sudah banyak yang ngambil kerumah, dan joinan sama toko-toko juga.

20. Bagaimana cara mengatasi faktor penghambat tersebut?

Jawab : Cara mengatasi faktor penghambat tersebut kalau dari keuangan atau modal ia saya meminjam terkadang dari teman, kalau enggak ia ke Bank mbak.

21. Adakah faktor pendukung dalam berwirausaha?

Jawab : Tentunya ada mbak.

22. Apa saja faktor pendukung berwirausaha?

Jawab : Faktor pendukung dalam berwirausaha ia banyak mbak, melihat dari para konsumen yang antusias terhadap sandal kelom, usaha sandal yang menjanjikan nilai jualnya cukup tinggi, dan tentunya dukungan dari keluarga mbak yang paling penting.

#### **D. Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha Mantan Karyawan**

23. Sosok seperti apakah seorang pengusaha sandal kelom geulis dalam memotivasi?

Jawab : Saya dalam memotivasi karyawan agak tegas mbak, karena agar mereka tahu ilmu dari usaha sandal kelom geulis ini seperti apa, ia sharing ilmulah mbak.

24. Langkah-langkah apa saja yang Bapak lakukan untuk memotivasi berwirausaha mantan karyawan?

Jawab : langkah-langkahnya ia mbak Bapak melihat karyawan terlebih dahulu yang sudah terlihat mampu untuk berwirausaha, disitu saya memberikan ilmu-ilmu saya agar dia mempunyai motivasi untuk

membuka usaha sendiri dan dapat menjadi relasi bapak, agar dimana banyak orderan kami bisa join seperti itu mbak.

25. Adakah kebijakan dari Bapak sebagai seorang pemilik usaha sandal kelom geulis dalam hal berwirausaha kepada mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk kebijakannya? Jika tidak, apa alasannya?

Jawab : ada mbak, yaitu kebijakan saya pas mereka masih jadi karyawan, Bapak memberikan libur pas hari jumat, dan kebijakan lainnya ketika sebelum bayaran namun membutuhkan uang bapak memberikan kasbon terlebih dahulu dengan catatan tidak melebihi dari penghasilan yang didapatnya.

26. Adakah campur tangan pengusaha dalam pendirian usaha mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk campur tangannya? Jika tidak, mengapa?

Jawab : iya sedikit-sedikit ada mbak, dari adanya yang sudah mampu untuk berwirausaha tapi enggak punya modal, Bapak menawarkan untuk modal. Tapi tidak semuanya yang seperti itu, karena ada yang meminjam juga ke pihak Bank.

27. Apakah Alat motivasi yang bapak gunakan untuk memotivasi karyawan dalam berwirausaha?

Jawab : Bapak perlihatkan usaha sandal kelom geulis dari segi pasaran mbak, bahwa usaha sandal kelom ini menjanjikan.

28. Apakah jenis motivasi yang bapak lakukan untuk memotivasi dalam berwirausaha?

Jawab : disini bapak, kalau mereka tidak tepat waktu dalam bekerja iya bapak berikan hukuman bagi mereka. Dengan menegur, namun kalau kinerja mereka baik maka bapak berikan hadiah yaitu berupa piknik. Disini bapak berikan agar mereka kelak sudah membuka usaha sendiri bisa seperti itu mbak.

## TRANSKIP WAWANCARA

**MANTAN  
KARYAWAN  
USAHA SANDAL  
KELOM GEULIS**

### **A. Identitas Subjek Penelitian**

1. Nama : Agus Ruhimat
2. Tempat/Tanggal lahir : Tasikmalaya, 20 April 1966
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Alamat : Kp.Cidarengdeng
6. Pendidikan : SD
7. Pekerjaan : Pemilik usaha sandal kelom

### **B. Bagaimana Motivasi Berwirausaha Bagi Karyawan**

1. Apa pekerjaan Bapak sebelum bekerja di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Sebelum bekerja di usaha sandal kelom geulis Bapak bekerja sebagai tukang pahat kayu.

2. Sejak kapan Bapak bekerja usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Bapak bekerja di usaha sandal kelom dari tahun 1998 sampai tahun 2004an

3. Mengapa Bapak memilih bekerja di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Awalnya banyak tidak mau jauh dari keluarga makanya bekerja di usaha sandal kelom.

4. Siapa yang mengajak Bapak untuk bergabung di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Yang mengajak untuk bergabung itu Bapak Syarifnya sendiri karena beliau adalah saudara Bapak mbak.

5. Mengapa anda memutuskan untuk keluar dan mendirikan usaha sandal kelom sendiri?

Jawab : Bapak memutuskan untuk keluar dari usaha sandal kelom dan mendirikan usaha sendiri karena kebutuhan hidup itu semakin meningkat, dan usia Bapak sudah tidak muda lagi ingin lebih baik lah intinya.

6. Apakah Bapak termotivasi oleh usaha sandal kelom?

Jawab : ia Bapak sangat termotivasi oleh sandal kelom ini mbak.

7. Mengapa Bapak termotivasi ?

Jawab : Bapak melihat dari usaha saudara yaitu Bapak Syarif dengan usaha sandal kelom beliau meningkat taraf hidupnya dan dari berbagai usaha yang ada di sini ia usaha kelom ini yang cukup menjanjikan mbak.

8. Adakah yang memotivasi Bapak selain usaha sandal kelom dalam berwirausaha?

Jawab : Ada mbak, ia dari Bapak Syarif dari keluarga juga.

9. Motivasi seperti apa yang diberikan?

Jawab : Motivasinya ia seperti dorongan untuk membuka usaha, dari Bapak Syarif juga mendukung, karena modal awal Bapak itu bermula dari beliau.

10. Berapa karyawan Bapak saat ini?

Jawab : Karyawan Bapak saat ini 9 orang mbak.

11. Berasal darimana karyawan Bapak?

Jawab : Dari 9 orang itu dua dari Desa Cinunjang, dua lagi dari Desa Salopa, dan lima dari Desa Setiawargi sendiri.

12. Adakah kebijakan yang diberikan Bapak?

Jawab : Kebijakan yang diberikan ia, setiap hari minggu libur ia itung-itung untuk berkumpul sama keluarga mbak.

13. Darimana modal usaha yang diperoleh untuk membuka usaha kelom?

Jawab : Modal usaha Bapak peroleh dari saudara Bapak sendiri yaitu Bapak Syarif mbak.



14. Berapa modal awal usaha sandal kelom?

Jawab : Modal awalnya sebesar Rp.4.000.000 dan sekarang sudah Alhamdulillah sudah mencapai Rp.100.000.000.

15. Berapa jam Bapak memperkerjakan karyawan dalam sehari?

Jawab : Kalau karyawan bekerja sehari itu minimal 7 jam dan maksimal 8 jam mbak.

16. Berapa gaji yang di dapat oleh karyawan?

Jawab : Kalau gaji ia sesuai dari hasil pekerjaannya karyawan dapat berapa kodi mbak.

17. Apa saja bahan yang digunakan untuk proses pembuatan sandal kelom geulis?

Jawab : Bahan baku yang digunakan untuk membuat sandal Bapak menggunakan kayu arba mbak.

18. Bagaiman cara memasarkan sandal kelom geulis?

Jawab : Cara memasarkan Alhamdulillah sudah banyak yang mengenal karena dulunya Bapak sering ikut saudara jadi sedikit banyak ia sudah mengenal Bapak. Ia kebanyakan ke toko-toko mbak yang ada di Tasik, Jakarta. Toserba-toserba juga.

19. Kemana saja Bapak memasarkan sandal kelom ini?

Jawab : Kalau memasarkan sudah ke berbagai Toko yang ada di Tasikmalaya, Jakarta yakni seperti ke Toko Yongki Komaladi Kids, Toko Jasrial, Toserba, dan juga ke Papua mbak.

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam berwirausaha**

20. Adakah faktor penghambat dalam berwirausaha?

Jawab : Faktor penghambat dalam berwirausaha pasti ada mbak, kan namanya juga berwirausaha.

21. Apa saja faktor penghambat berwirausaha?

Jawab : Faktor penghambat dalam berwirausaha ia dari modal mbak, terkadang terhambat sama modal apalagi kalau pas ada pesanan banyak dan modalnya itu pas-pasan disitu Bapak suka pusing sendiri mbak.

22. Apa saja kendala dalam memperoleh bahan baku sandal kelom?

Jawab : Kendala dalam memperoleh bahan baku, tidak ada kendala yang terlalu berarti mbak. Kalau bahan selalu ada.

23. Apa ada kendala dalam memasarkan sandal kelom?

Jawab : Kendala dalam pemasaran ada mbak, ia itu dari pengiriman barang sendiri yang ke papua, sukanya sulit untuk saya pantau, tapi untuk yang lain aman-aman saja.

24. Bagaimana cara mengatasi faktor penghambat tersebut?

Jawab : Cara mengatasi faktor penghambat tersebut saya masih bingung mbak,  
ia sekarang hanya lewat telfon saja.

25. Adakah faktor pendukung dalam berwirausaha?

Jawab : Kalau faktor pendukung pasti ada juga mbak.

26. Apa saja faktor pendukung berwirausaha?

Jawab : Faktor pendukung dalam berwirausaha ia kalau menurut Bapak usaha  
ini cukup menjanjikan mbak, dan Bapak sendiri juga senang  
berwirausaha.

**D. Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha  
Mantan Karyawan**

27. Sosok seperti apakah seorang pengusaha sandal kelom geulis?

Jawab : Baik mbak.

28. Langkah-langkah apa saja yang Bapak lakukan untuk memotivasi  
berwirausaha mantan karyawan?

Jawab : Bapak Syarif memberikan ilmu tentang usaha sandal kelom geulis,  
selalu sharinglah mbak. Katanya biar bisa buka usaha juga saya itu.

29. Adakah kebijakan dari seorang pemilik usaha sandal kelom geulis dalam hal  
berwirausaha kepada mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk  
kebijakannya? Jika tidak, apa alasannya?

Jawab : Ada mbak, kebijakan yang diberikan ada waktu liburnya yaitu setiap hari jum'at, pas lagi kerja harus bertanggungjawab dengan kerjaan yang diberikan.

30. Adakah campur tangan pengusaha dalam pendirian usaha mantan karyawan?

Jika ada, seperti apa bentuk campur tangannya? Jika tidak, mengapa?

Jawab : Ada, yaitu saya dibantu oleh Bapak Syarif mbak, dari modalnya di beri bantuan oleh beliau.

31. Apakah Alat motivasi yang bapak gunakan untuk menarik masyarakat berwirausaha?

Jawab : saya awalnya bukan karyawan usaha sandal kelom mbak, tapi setelah menjadi karyawan usaha ini, beliau memperlihatkan bahwa usaha ini itu menjanjikan, mempunyai nilai jual dipasaran.

32. Apakah jenis motivasi yang bapak lakukan untuk memotivasi dalam berwirausaha?

Jawab : kalau karyawannya terlalu berleha-leha maka akan di tegur mbak.

## TRANSKIP WAWANCARA

**MANTAN  
KARYAWAN  
USAHA SANDAL  
KELOM GEULIS**

### **A. Identitas Subjek Penelitian**

1. Nama : Hendi
2. Tempat/Tanggal lahir : Tasikmalaya, 16 Agustus 1975
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Alamat : Kp. Kertaharja Rt 05
6. Pendidikan : SD
7. Pekerjaan : Pemilik Usaha sandal kelom

### **B. Bagaimana Motivasi Berwirausaha Bagi Karyawan**

5.2.2.1 Apa pekerjaan Bapak sebelum bekerja di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Sebelum bekerja di usaha sandal kelom geulis Bapak bekerja sebagai tukang bordir.

5.2.2.2 Sejak kapan Bapak bekerja usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Saya bekerja di sandal kelom geulis dari tahun 1999 sampai tahun 2007an.

5.2.2.3 Mengapa Bapak memilih bekerja di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Awalnya memilih bekerja di usaha sandal ini dikarenakan ingin dekat saja sama keluarga mbak, tapi lama kelamaan ia nyaman juga soalnya kerjanya itu gak terpatok hanya di tempat kerja tapi bisa dibawa ke rumah asalkan saja ada peralatannya.

5.2.2.4 Siapa yang mengajak Bapak untuk bergabung di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Tidak ada mbak, kemauan sendiri untuk kerja di usaha sandal kelom geulis ini.

5.2.2.5 Mengapa anda memutuskan untuk keluar dan mendirikan usaha sandal kelom sendiri?

Jawab : Bapak memutuskan untuk keluar dari usaha sandal kelom karena Bapak melihat peluang untuk bisa berwirausaha sendiri ia menambah penghasilan yang lebih besar intinya untuk memenuhi taraf hidup yang lebih baik mbak.

5.2.2.6 Apakah Bapak termotivasi oleh usaha sandal kelom?

Jawab : Ia Bapak sangat termotivasi dengan usaha sandal kelom ini.

5.2.2.7 Mengapa Bapak termotivasi ?

Jawab : Karena Bapak lihat usaha ini cukup menjanjikan untuk kedepannya.

5.2.2.8 Adakah yang memotivasi Bapak selain usaha sandal kelom dalam berwirausaha?

Jawab : Ada mbak, ia dari keluarga karena Bapak pertama kali minta pendapat terlebih dahulu dari sang istri dan kedua dari orang tua,

terus ke pemilik usaha sandal kelom atau bisa dibilang bos Bapak waktu itu.

5.2.2.9 Motivasi seperti apa yang diberikan?

Jawab : Motivasi yang diberikan ia dukungan dari sang istri dan orang tua mbak, tak hanya mereka dari bos juga Alhamdulillah memberikan dukungan.

5.2.2.10 Berapa karyawan Bapak saat ini?

Jawab : Karyawan saat ini ada 10 orangan mbak.

5.2.2.11 Berasal darimana karyawan Bapak?

Jawab : Kebanyakan berasal dari Desa Salopa dan Desa Cinunjang.

5.2.2.12 Adakah kebijakan yang diberikan Bapak?

Jawab : Kebijakan yang diberikan setiap hari minggu libur bekerja mbak, tapi ia kalau ada yang masuk tidak apa-apa.

5.2.2.13 Darimana modal usaha yang diperoleh untuk membuka usaha kelom?

Jawab : Modal usaha diperoleh dari pinjaman dari salah satu Bank swasta mbak.

5.2.2.14 Berapa modal awal usaha sandal kelom?

Jawab : Modal awalnya Rp.6.000.000 dan Alhamdulillah sekarang sudah mencapai Rp.100.000.000an mbak.

5.2.2.15 Berapa jam Bapak memperkerjakan karyawan dalam sehari?

Jawab : Karyawan kerja dari jam 07.00-16.00an mbak.

5.2.2.16 Berapa gaji yang di dapat oleh karyawan?

Jawab : Gaji yang di dapat karyawan perminggu ada yang 300 ada yang 400, tergantung pendapatan kerja per individu.

5.2.2.17 Apa saja bahan yang digunakan untuk proses pembuatan sandal kelom geulis?

Jawab : Bahan yang digunakan untuk membuat sandal kelom yaitu dari kayu arba.

5.2.2.18 Bagaimana cara memasarkan sandal kelom geulis?

Jawab : Cara memasarkan sandal ini, tergantung pesanan karena sudah ada langganan dari toko-toko mbak, dan pedagang keliling.

5.2.2.19 Kemana saja Bapak memasarkan sandal kelom ini?

Jawab : Bapak sudah memasarkan ke toko-toko yang ada di Tasikmalaya, Jakarta juga mbak.

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam berwirausaha**

5.2.2.20 Adakah faktor penghambat dalam berwirausaha?

Jawab : Ada mbak, pasti ada faktor penghambat dalam berwirausaha apapun itu.

5.2.2.21 Apa saja faktor penghambat berwirausaha?

Jawab : Faktor penghambat itu sendiri dari modal, dan ada juga yang dari lokasi mbak.

5.2.2.22 Apa saja kendala dalam memperoleh bahan baku sandal kelom?

Jawab : Kendala dalam memperoleh bahan baku kalau bahan baku yang di inginkan atau sedang mencari yang sesuai dengan bahan sandal tidak ada mbak.



5.2.2.23 Apa ada kendala dalam memasarkan sandal kelom?

Jawab : Kendala dalam memasarkan sandal kelom tentunya ada mbak salah satunya kalau ada yang ngambil sandal untuk dijual keliling itu keuangannya suka tidak jelas sehingga mengakibatkan kendala dalam memasarkan.

5.2.2.24 Bagaimana cara mengatasi faktor penghambat tersebut?

Jawab : Cara mengatasinya ia saya memberikan teguran kepada mereka mbak.

5.2.2.25 Adakah faktor pendukung dalam berwirausaha?

Jawab : Tentu ada mbak.

5.2.2.26 Apa saja faktor pendukung berwirausaha?

Jawab : Faktor pendukungnya dalam berwirausaha adanya motivasi dari keluarga, pendapatan yang sudah lumayan menjanjikan untuk meningkatkan taraf hidup keluarga.

#### **D. Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha Mantan Karyawan**

5.2.2.27 Sosok seperti apakah seorang pengusaha sandal kelom geulis?

Jawab : Baik, bertanggungjawab, terbuka juga terhadap kerjaan mbak.

5.2.2.28 Langkah-langkah apa saja yang Bapak lakukan untuk memotivasi berwirausaha mantan karyawan?

Jawab : langkah-langkah dari Bapak Syarif yaitu beliau selalu terbuka terhadap ilmu usaha terutama tentang usaha sandal kelom geulis ini, beliau tidak pernah sayang dengan ilmu berwirausaha, kalau menurut dia karyawannya udah ada yang berpotensi untuk berwirausaha maka beliau baru mengambil tindakan.

5.2.2.29 Adakah kebijakan dari Bapak sebagai seorang pemilik usaha sandal kelom geulis dalam hal berwirausaha kepada mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk kebijakannya? Jika tidak, apa alasannya?

Jawab : kebijakan pasti ada mbak, yaitu beliau memberikan libur di hari jum'at, dan adanya piknik kata beliau biar kerjanya lebih semangat, dan pesan beliau kalau udah punya usaha sendiri jangan lupa ingat sama Allah Swt, minta sebanyak-banyaknya seperti itu mbak.

5.2.2.30 Adakah campur tangan pengusaha dalam pendirian usaha mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk campur tangannya? Jika tidak, mengapa?

Jawab : Ada mbak, walaupun modal usaha bapak bukan dari beliau tapi ketika dalam pemasaran itu agak sulit ia saya minta tolong kepada beliau.

5.2.2.31 Apakah Alat motivasi yang bapak gunakan untuk menarik masyarakat berwirausaha?

Jawab : dari pembicaran beliau, bapak itu jadi termotivasi mbak, ya pikirannya untuk lebih memperbaiki hiduplah, meliat usaha ini menjanjikan di pasaran, punya nilai jualnya mbak.

5.2.2.32 Apakah jenis motivasi yang bapak lakukan untuk memotivasi dalam berwirausaha?

Jawab : kata beliau kalau sudah punya usaha sendiri jangan suka pelit kepada karyawan, dan kalau karyawan yang tidak bertanggungjawab, maka harus dikasih teguran terhadap yang di lakukannya.

**TRANSKIP WAWANCARA**

**MANTAN  
KARYAWAN  
USAHA SANDAL  
KELOM GEULIS**

**A. Identitas Subjek Penelitian**

1. Nama : Toto
2. Tempat/Tanggal lahir : Tasikmalaya, 06 Juni 1975
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Alamat : Kp.Cinunjang
6. Pendidikan : SLTA
7. Pekerjaan : Pemilik usaha sandal kelom

**B. Bagaimana Motivasi Berwirausaha Bagi Karyawan**

1. Apa pekerjaan Bapak sebelum bekerja di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Sebelum bekerja di usaha sandal kelom ini Bapak berjualan kerupuk keliling mbak.

2. Sejak kapan Bapak bekerja usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Bapak bekerja di usaha sandal kelom geulis dari tahun 20001n mbak sampai tahun 2008.

3. Mengapa Bapak memilih bekerja di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Awalnya Bapak masuk ke usaha sandal ini melihat keadaan ia mbak, kalau jualan kerupuk itu harus keliling, tapi kalau kerja di sandal kelom ia kita duduk ajah ngerjainnya sambil bercengkrama sama temen-temen satu pekerjaan.

4. Siapa yang mengajak Bapak untuk bergabung di usaha sandal kelom geulis?

Jawab : Yang mengajak untuk bergabung tidak ada mbak, dari Bapak sendiri.

5. Mengapa anda memutuskan untuk keluar dan mendirikan usaha sandal kelom sendiri?

Jawab : Bapak keluar dan memutuskan untuk mendirikan usaha sendiri dengan usaha yang sama yaitu sandal kelom karena melihat peluang mbak, menurut Bapak usaha sandal ini cukup menjanjikan.

6. Apakah Bapak termotivasi oleh usaha sandal kelom?

Jawab : Ia mbak Bapak termotivasi oleh usaha sandal kelom ini.

7. Mengapa Bapak termotivasi ?

Jawab : Karena usaha sandal ini cukup menjanjikan untuk kedepannya mbak. Ia lumayan buat kebutuhan hidup mbak.

8. Adakah yang memotivasi Bapak selain usaha sandal kelom dalam berwirausaha?

Jawab : Yang memotivasi selain usaha sandal kelom ini ada mbak, dari keluarga terutama dari istri. Awalnya ia ragu karena baru sebentar Bapak bekerja di Usaha sandal kelom geulis ia sekitar 8 tahunan,

tapi ia Bapak yakin kalau mampu bisalah untuk berwirausaha sendiri.

9. Motivasi seperti apa yang diberikan?

Jawab : Motivasi yang diberikan ia dorongan untuk bekerja, Do'a paling utama mbak.

10. Berapa karyawan Bapak saat ini?

Jawab : Karyawan sebanyak 7 orang.

11. Berasal darimana karyawan Bapak?

Jawab : yaitu dua dari Desa Cinunjang, dua dari Desa Salopa, dan tiga dari Ciatal.

12. Adakah kebijakan yang diberikan Bapak?

Jawab : Kebijakan yang diberikan setiap hari Jum'at libur mbak, dan terkadang ia kalau mau hari raya ia saya berikan bingkisan biar semanagt lagi kerjanya.

13. Darimana modal usaha yang diperoleh untuk membuka usaha kelom?

Jawab : Modal usaha itu diperoleh dari pinjaman mbak dari Bank.

14. Berapa modal awal usaha sandal kelom?

Jawab : Modal awalnya hanya Rp.7.000.000 mbak dan Alhamdulillah sekarang sudah mencapai Rp.80.000.000.

15. Berapa jam Bapak memperkerjakan karyawan dalam sehari?

Jawab : Karyawan kerja dari pagi sampai sore itu sekitar 8 jaman mbak.

16. Berapa gaji yang di dapat oleh karyawan?

Jawab : Gaji yang diperoleh setiap karyawan itukan perminggu mbak tergantung yang dihasilkan karywannya sendiri dapetnya berapa kodi, ia minimal 350.000 sampai 500.000 mbak.

17. Apa saja bahan yang digunakan untuk proses pembuatan sandal kelom geulis?

Jawab : Bahan yang digunakan untuk membuat sandal dari kayu arba mbak sama mahoni.

18. Bagaiman cara memasarkan sandal kelom geulis?

Jawab : Cara memasarkan sandal kelom ini tergantung pesanan dari toko-toko mbak, dan ia Bapak jual di toko Bapak sendiri untuk sehari-harinya.

19. Kemana saja Bapak memasarkan sandal kelom ini?

Jawab : Bapak memasarkan sandal ini di toko Bapak sendiri, ke Toserba yang ada di Tasikmalay dan Jakarta kebanyakn mbak.

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam berwirausaha**

20. Adakah faktor penghambat dalam berwirausaha?

Jawab : Ada mbak.

21. Apa saja faktor penghambat berwirausaha?

Jawab : Faktor penghambatnya yaitu dari pengalaman untuk berwirausaha Bapak merasa belum terlalu banyak pengalaman dalam wirasuaha ini sehingga harus lebih belajar lagi baik dalam kraetifitas dalam pembuatan sandalnya.

22. Apa saja kendala dalam memperoleh bahan baku sandal kelom?

Jawab : Kendala dalam memperoleh bahan baku untuk sandal kelom modal mbak kalau banyak pesanan tapi keuangan usaha sedang tidak stabil.

23. Apa ada kendala dalam memasarkan sandal kelom?

Jawab : Kendala dalam memasarkan sandal kalau pesanan tidak atau kurang tepat waktu maka kerugian itu ditanggung kita sendiri mbak.

24. Bagaimana cara mengatasi faktor penghambat tersebut?

Jawab : Untuk mengatasi faktor penghambatnya itu ia target pesanan harus dibuat selesi tepat waktu mbak.

25. Adakah faktor pendukung dalam berwirausaha?

Jawab : Faktor pendukung dalam berwirausaha ada mbak Alhamdulillah banyak.

26. Apa saja faktor pendukung berwirausaha?

Jawab : Bapak itu tidak cepat puas dalam pekerjaan atau membuat sandal kelom karena harus belajar terus menerus, berinovasi juga mbak sehingga para konsumen tidak jenuh oleh sandal kelom ini.

#### **D. Peran Pengusaha Sandal Kelom Geulis Dalam Memotivasi Berwirausaha**

##### **Mantan Karyawan**

27. Sosok seperti apakah seorang pengusaha sandal kelom geulis?

Jawab : beliau bijaksana, baik, bertanggungjawab, tidak pelit terhadap uang maupun ilmunya mbak.



28. Langkah-langkah apa saja yang Bapak lakukan untuk memotivasi berwirausaha mantan karyawan?

Jawab : beliau ketika melihat karyawan yang sudah terlihat mampu berwirausaha suka nyeletuk mbak, “gimana kalau saya beri modal untuk kamu berwirausaha” seperti itu mbak.

29. Adakah kebijakan dari Bapak sebagai seorang pemilik usaha sandal kelom geulis dalam hal berwirausaha kepada mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk kebijakannya? Jika tidak, apa alasannya?

Jawab : ada mbak, beliau selalu memberitahukan kalau kelak kami mempunyai usaha maka jangan sungkan untuk memberikan ilmunya kepada karyawan.

30. Adakah campur tangan pengusaha dalam pendirian usaha mantan karyawan? Jika ada, seperti apa bentuk campur tangannya? Jika tidak, mengapa?

Jawab : Ada mbak, ya dalam pemasaran waktu bapak keteteran ia bapak minta bantuan kepada beliau.

31. Apakah Alat motivasi yang bapak gunakan untuk menarik masyarakat berwirausaha?

Jawab : beliau memperlihatkan kalau usaha ini menjanjikan untuk bersaing dipasaran, dan tak hanya itu saya juga sempat ditawarkan modal untuk membuka usaha, tapi beliau tidak pernah memaksa untuk menggunakan modal dari beliau, karena beliau melihat terlebih dahulu sampai mana kemampuan kami itu mbak.

32. Apakah jenis motivasi yang bapak lakukan untuk memotivasi dalam berwirausaha?

Jawab : untuk memotivasi karyawan, beliau selalu memantau para karyawannya agar dapat memanfaatkan potensi yang ada di Desa Setiawargi.

Lampiran 8



Contoh Sandal kelom dan inovasi baru

