

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Motivasi

Motivasi merupakan suatu hal yang seringkali diamati dan diperbincangkan berkaitan dengan apa alasan yang mendasari seseorang untuk berperilaku dalam mencapai tujuan tertentu. Setiap perilaku yang dilakukan oleh individu, pada dasarnya memiliki suatu alasan mengapa individu tersebut bertindak. Semakin kuat motivasi yang mendasarinya, maka hal itu juga akan menguatkan usaha individu dalam berperilaku demi mencapai tujuan yang hendak dicapai. Sebaliknya, semakin lemah motivasi, maka akan membuat kecenderungan seseorang dalam melakukan usaha demi mencapai tujuan tertentu juga akan melemah.

Istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. Motif tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat diinterpretasikan dalam tingkah lakunya, berupa rangsangan, dorongan, atau pembangkit tenaga munculnya suatu tingkah laku tertentu. Dengan demikian, motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya (Uno, 2007: 3).

Lebih lanjut, Uno juga (2007 : 4) berpendapat bahwa “apabila dilihat dari sudut sumber yang menimbulkannya, motif dibedakan menjadi dua macam, yaitu motif intrinsik dan motif ekstrinsik. Motif intrinsik timbulnya tidak memerlukan rangsangan dari luar karena memang telah ada dalam diri individu sendiri, yaitu sesuai atau sejalan dengan kebutuhannya, sedangkan motif ekstrinsik timbul karena adanya rangsangan dari luar individu”.

Pendapat lain dikemukakan oleh Walgito (dalam Yulianti, 2010 : 7) yang mengemukakan bahwa “motivasi berasal dari kata dasar motif yang berarti bergerak. Motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat (*driving force*). Motif tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan dengan faktor-faktor lain, baik faktor eksternal maupun faktor internal”.

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi diambil dari kata motif yang diartikan sebagai daya pendorong maupun daya penggerak, dimana motif dapat timbul, baik dari dalam maupun dari luar diri individu.

Dalam pengertian mengenai motivasi, Koontz (dalam Djati, 1999 : 26) menyatakan bahwa “motivasi adalah sebagai suatu reaksi yang diawali dengan adanya kebutuhan yang menimbulkan keinginan atau upaya mencapai tujuan, yang selanjutnya menimbulkan tensi (ketegangan) yaitu keinginan yang belum terpenuhi, yang kemudian menyebabkan timbulnya tindakan yang mengarah pada tujuan dan akibatnya memuaskan keinginan”.

Lebih lanjut, motivasi menurut pendapat Robin (dalam Anhar, 1996 : 199) dinyatakan bahwa “motivasi umum bersangkutan dengan upaya kearah setiap tujuan, terutama tujuan organisasi sebagai cerminan minat tunggal kita dalam perilaku yang berkaitan dengan kerja”.

Menurut Hasibuan (dalam Yulianti, 2010 : 7) dikatakan bahwa “motivasi merupakan pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar dapat bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upaya untuk mencapai kepuasan”.

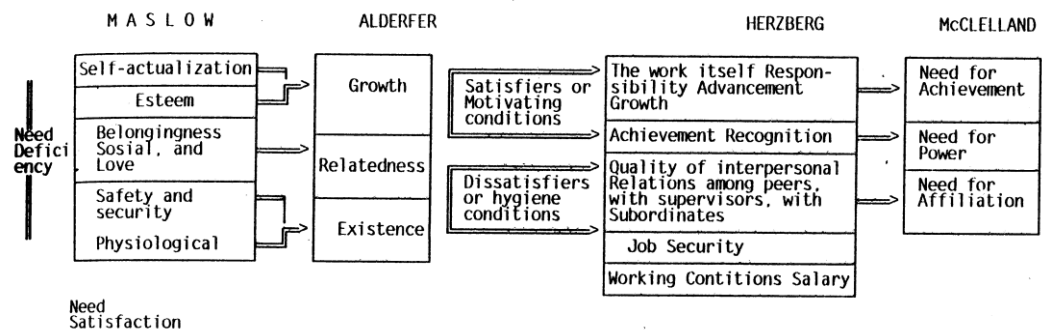
Sedangkan Hani Handoko (dalam Saidi dan Halim, 2007 : 95) mengatakan bahwa motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Sementara itu, Wayne (dalam Yulianti, 2010 : 7) mengatakan bahwa “motivasi adalah suatu kekuatan yang dihasilkan dari keinginan seseorang untuk memuaskan kebutuhannya”

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu kekuatan yang didorong oleh adanya kebutuhan, sehingga membangkitkan individu tersebut untuk melakukan suatu tindakan dengan suatu tujuan untuk mencapai kepuasan.

2.1.1.1 Teori Motivasi

Dalam menjelaskan mengenai motivasi, beberapa ahli mengemukakan motivasi berdasarkan berbagai sudut pandang yang berbeda. Motivasi setiap orang diawali oleh adanya kebutuhan yang mengarahkan seseorang dalam berperilaku. Dalam hal ini, beberapa ahli

memiliki berbagai sudut pandang mengenai pengelompokan jenis serta tingkatan kebutuhan yang menjadi latarbelakang seseorang dalam berperilaku. Beberapa teori motivasi yang tepat dapat diacu secara luas adalah teori motivasi Abraham Maslow, Herzberg, Alderfer, dan McClelland.



Gambar 2.1 : Sinopsis dari empat kebutuhan teori Maslow, Elderfer, Herzberg dan McClelland

Sumber : Perilaku Organisasi (Gibson, 1985 : 115)

Berkaitan dengan gambar, dijelaskan beberapa sinopsis mengenai teori empat kebutuhan yang dinyatakan oleh beberapa ahli, diantaranya meliputi :

1) Teori hirarki kebutuhan dari Abraham Maslow

Inti dari teori Maslow adalah bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hirarki. Tingkat kebutuhan yang paling rendah ialah kebutuhan fisiologis dan kebutuhan yang tertinggi ialah kebutuhan akan perwujudan diri. Kebutuhan tersebut diidentifikasi sebagai berikut :

- a) Fisiologis : Kebutuhan akan makan, minum, tempat tinggal, dan bebas dari rasa sakit.

- b) Keselamatan dan keamanan : Kebutuhan akan kebebasan dari ancaman, yakni aman dari ancaman kejadian dan lingkungan.
- c) Rasa memiliki, sosial, dan cinta : kebutuhan akan teman, afiliasi, interaksi, dan cinta.
- d) Harga diri : kebutuhan akan penghargaan diri dan penghargaan dari orang lain.
- e) Perwujudan diri : Kebutuhan untuk memenuhi diri sendiri dengan memaksimalkan penggunaan kemampuan, keahlian, dan potensi.

Teori Maslow mengasumsikan bahwa orang berusaha memenuhi kebutuhan yang lebih pokok (fisiologis) sebelum mengarahkan perilaku memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi (perwujudan diri). Kebutuhan yang lebih rendah harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi seperti perwujudan diri mulai mengendalikan perilaku seseorang (Gibson, 1985 : 91).

2) Teori ERG dari Clayton Aldefer

Pada teori ini, Aldefer setuju dengan pendapat Maslow bahwa setiap orang mempunyai kebutuhan yang tersusun dalam suatu hirarki. Akan tetapi, hirarki kebutuhannya hanya meliputi tiga perangkat kebutuhan, yaitu :

a) Kebutuhan eksistensi (*existency needs*)

Merupakan kebutuhan yang dipuaskan oleh faktor-faktor seperti makanan, air, udara, upah dan kondisi kerja.

b) *Kebutuhan keterkaitan (relatedness needs)*

Merupakan kebutuhan yang dipuaskan oleh hubungan sosial dan hubungan antarpribadi yang bermanfaat.

c) *Kebutuhan pertumbuhan (growth needs)*

Merupakan kebutuhan dimana individu merasa puas dengan membuat suatu kontribusi (sumbangan) yang kreatif dan produktif.

Pada teori ini, Alderfer mengajukan suatu kebutuhan tiga hirarki – Eksistensi (E), Keterkaitan (R), dan Pertumbuhan atau ERG. Kebutuhan eksistensi sama dengan kategori Maslow yaitu fisiologis dan keselamatan, kebutuhan akan keterkaitan sama dengan kategori akan rasa memiliki, sosial, dan cinta, dan kebutuhan akan pertumbuhan sama dengan kategori harga diri dan perwujudan diri (Gibson, 1985 : 100).

3) *Teori dua faktor dari Frederick Herzberg*

Herzberg mengembangkan teori kepuasan yang disebut teori dua faktor tentang motivasi. Dua faktor itu dinamakan faktor yang membuat orang merasa tidak puas dan faktor yang membuat orang merasa puas. Teorinya menyatakan bahwa ada serangkaian kondisi ekstrinsik, yang menghasilkan ketidakpuasan, yang mencakup : upah, jaminan pekerjaan, kondisi kerja, status, prosedur perusahaan, mutu supervisi, mutu hubungan antar pribadi diantara rekan sekerja, antara atasan dan bawahan. Sedangkan kondisi intrinsik, yang menjadi faktor pemuas atau

motivator meliputi : kemajuan, pekerjaan itu sendiri, kemungkinan berkembang (Gibson, 1985 : 107).

4) Teori kebutuhan sosial dari David McClelland

Teori David McClelland mengidentifikasi tiga macam kebutuhan antara lain kebutuhan berprestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan berafiliasi. (Semuel Hatane 2003 : 135). Menurut Suryana (dalam Sukmana, 2008 : 8) berbagai macam teori motivasi juga mampu menjelaskan motivasi orang melakukan kegiatan usaha sebagai seorang wirausaha. Salah satunya berhubungan dengan motivasi berprestasi, David McClelland. McClelland mengemukakan bahwa jika kebutuhan seseorang sangat kuat, dampaknya ialah motivasi orang tersebut untuk menggunakan perilaku yang mengarah ke pemuasan kebutuhannya.

2.1.1.2 Teori Motivasi McClelland

Pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menjadikan tiga *social-motives theory* yang diperkenalkan oleh David McClelland sebagai dasar acuan dalam mengukur motivasi seseorang dalam berwirausaha, yakni melihat motivasi seseorang dari kebutuhannya terhadap kebutuhan prestasi (*need for achievement*), kebutuhan kekuasaan (*need for power*), serta kebutuhan afiliasi (*need for affiliation*). Inti dari teori McClelland ini adalah terletak pada pendapat yang mengatakan bahwa pemahaman tentang motivasi akan semakin mendalam apabila disadari bahwa setiap orang mempunyai tiga jenis kebutuhan tersebut. Masing-masing kebutuhan yang disebut dalam teori McClelland dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.1.1.2.1 Kebutuhan akan Prestasi (*need for achievement*)

Salah satu motivasi seseorang untuk bertindak dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan yang harus dipenuhi oleh individu, salah satunya yaitu kebutuhan akan prestasi. Kebutuhan prestasi seringkali disebut sebagai motivasi mengapa seseorang memutuskan untuk berwirausaha dibandingkan menjadi seorang karyawan.

McClelland (dalam As'ad, 2002: 149) menjelaskan bahwa “motif berprestasi adalah dorongan yang ada pada diri individu untuk mencapai kesuksesan, yang melebihi prestasinya di masa lalu dan juga melebihi prestasi orang lain. Sebagai seorang wirausahawan yang berhasil pada umumnya mempunyai dorongan atau motivasi berprestasi yang tinggi”.

Lebih lanjut lagi, McClelland mengidentifikasikan motivasi prestasi memiliki ciri memperhatikan keunggulan dalam karya, persaingan dengan orang lain, dan keterlibatan jangka panjang dalam mengejar tujuan yang berhubungan dengan tugas. Motivasi prestasi mengembangkan sikap-sikap hubungan dengan kerja yang relevan seperti pengambilan resiko yang sekedarnya (diperhitungkan), penggunaan umpan balik untuk memperbaiki prestasi, mencari bantuan dari ahli dan bukan dari teman-teman untuk mencapai hasil (baik sukses maupun kegagalan), dan sebagainya (Pareek, 1996: 113).

Ciri-ciri seseorang yang mempunyai motivasi berprestasi menurut McClelland (dalam As'ad 2002 : 53) dikatakan bahwa

tingkah laku individu yang didorong oleh kebutuhan berprestasi yang tinggi akan nampak sebagai berikut :

- a) Berusaha melakukan sesuatu dengan cara-cara baru dan kreatif.
- b) Mencari feed back (umpan balik) tentang perbuatannya.
- c) Memilih resiko yang moderat (sedang) di dalam perbuatannya. Dengan memilih resiko yang sedang berarti masih ada peluang untuk berprestasi yang lebih tinggi.
- d) Mengambil tanggung jawab pribadi atas perbuatan-perbuatannya.

Selanjutnya, Mc Clelland (dalam As'ad, 2002: 149) juga mengatakan bahwa karakteristik tingkah laku dan dinamika yang menonjol pada individu yang mempunyai motif untuk berprestasi yang tinggi adalah :

- a) Mereka selalu bekerja dengan memperhitungkan resiko.
- b) Dia tidak suka mengerjakan tugas yang terlalu mudah atau tugas-tugas rutin, karena hal itu tidak banyak memberikan tantangan dan kepuasan.
- c) Disamping itu, dia juga tidak suka mengerjakan tugas yang terlampau sukar, karena kemungkinan berhasil kecil dan tugas itu di luar jangkauan kemampuannya. Oleh sebab itu, dia akan cenderung menetapkan tujuan yang sedang dibanding dengan kemampuannya sendiri.

Berkaitan dengan pemaparan teori yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi berprestasi didasarkan oleh adanya kebutuhan untuk berprestasi tinggi serta mengungguli orang lain. Orang yang memiliki motivasi berprestasi akan cenderung tidak menyukai pekerjaan rutin, dan membutuhkan penilaian sebagai umpan balik atas pekerjaannya.

2.1.1.2.2 **Kebutuhan akan Kekuasaan (*need for power*)**

Selain motivasi berprestasi yang telah dijelaskan sebelumnya, motivasi kekuasaan menyusul motivasi prestasi, berkenaan dengan jumlah pekerjaan yang dilakukan. McClelland baru-baru ini menemukan bahwa kebutuhan akan kekuasaan jauh lebih penting untuk memahami efektivitas manajerial daripada yang disadari sampai sekarang. Motif kekuasaan tercermin dalam perhatian seseorang untuk memahami orang lain, keadaan, dan kejadian. Keinginan untuk mempunyai dampak, untuk mempengaruhi, atau untuk mengendalikan merupakan ciri motivasi kekuasaan seperti yang dikemukakan oleh McClelland (Pareek, 1996: 114).

Robbins (2001: 174) menjelaskan bahwa “kebutuhan akan kekuasaan adalah hasrat untuk mempunyai dampak, berpengaruh, dan mengendalikan orang lain. Individu-individu dengan *nPow* yang tinggi menikmati untuk dibebani, bergulat untuk dapat mempengaruhi orang lain, lebih menyukai ditempatkan di dalam situasi kompetitif dan berorientasi-status dan cenderung lebih peduli akan prestise (gengsi) dan memperoleh pengaruh terhadap orang lain daripada kinerja yang efektif”.

Di dalam As'ad (2002 : 150) dikatakan bahwa menurut McClelland, untuk wirausahawan selain mempunyai motif untuk berprestasi yang tinggi, pada mereka juga mempunyai motif berkuasa. “Untuk motif berkuasa merupakan motif untuk menguasai dan mempengaruhi orang lain”. Hal ini sejalan dengan apa yang

dikemukakan oleh Suryana (2006: 53) yang mengatakan bahwa “kebutuhan akan kekuasaan (*n'Pow*) merupakan hasrat untuk mempengaruhi, mengendalikan, dan menguasai orang lain”.

Berdasarkan definisi kebutuhan akan kekuasaan yang telah dijelaskan, terdapat ciri-ciri yang menggambarkan seorang individu yang motivasinya dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan kekuasaan. Menurut As'ad (2002:54) tingkah laku individu yang didorong oleh kebutuhan untuk berkuasa yang tinggi akan nampak sebagai berikut :

- a) Berusaha menolong orang lain walaupun pertolongan itu tidak diminta.
- b) Sangat aktif dalam menentukan arah kegiatan dari organisasi dimana ia berada.
- c) Mengumpulkan barang-barang atau menjadi anggota suatu perkumpulan yang dapat mencerminkan prestise.
- d) Sangat peka terhadap struktur pengaruh antar pribadi dari kelompok atau organisasi.

Adapun ciri lain dari orang yang memiliki motif kekuasaan menurut Suryana (2006: 53) adalah :

- a) Mereka senang bersaing
- b) Berorientasi pada status
- c) Cenderung lebih berorientasi pada status dan ingin mempengaruhi orang lain.

Berdasarkan pemaparan dari teori akan kebutuhan kekuasaan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi kekuasaan didasarkan oleh munculnya kebutuhan untuk dapat mempengaruhi dan menguasai orang lain. Individu dengan motivasi ini akan cenderung mengutamakan status serta senang untuk bersaing.

2.1.1.2.3 **Kebutuhan akan Afiliasi (*need for affiliation*)**

Didalam melakukan motivasi kerja, ada beberapa kebutuhan khusus lainnya, seperti kebutuhan dalam melakukan pergaulan (afiliasi) yang menjadi salah satu hal penting dalam mempengaruhi motivasi. Motivasi afiliasi merupakan suatu kebutuhan untuk dapat menjalin hubungan baik dengan orang lain.

Kebutuhan akan afiliasi oleh McClelland dikatakan bahwa untuk wirausahawan, selain mempunyai motif untuk berprestasi yang tinggi, pada mereka juga mempunyai motif berafiliasi. “Untuk motif afiliasi merupakan kebutuhan akan kehangatan dan dukungan dalam hubungan dengan orang lain”. (As’ad, 2002: 150)

Suryana (2006: 53) menjelaskan bahwa wirausaha yang memiliki motivasi berafiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerjasama daripada persaingan, dan saling pengertian. Hal ini sejalan dengan Leavitt (1997: 23) yang mengatakan bahwa “motif afiliasi merupakan motif untuk menggabungkan diri merupakan motif timbal hubungan yang positif dengan orang lain, timbal keanggotaan dan rasa menjadi bagian dari suatu kelompok”.

Selain itu, As’ad (2002: 53) mengartikan *need for affiliation* sebagai “kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain”. Kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain. Ia juga mengatakan bahwa tingkah laku individu yang didorong

oleh kebutuhan untuk bersahabat tinggi akan berciri-ciri sebagai berikut :

- a) Lebih memperhatikan segi hubungan pribadi yang ada dalam pekerjaannya, daripada tugas-tugas yang ada pada pekerjaan itu.
- b) Melakukan pekerjaannya lebih efektif apabila bekerjasama bersama orang lain dalam suasana yang lebih kooperatif.
- c) Mencari persetujuan atau kesepakatan dari orang lain.
- d) Lebih suka dengan orang lain daripada sendirian.

Menurut Ciptono dan Yami (2005 : 63) ciri-ciri seseorang yang mempunyai motivasi kerja sama (afiliasi) yang tinggi adalah sebagai berikut:

- a) Bersifat sosial, suka berinteraksi dan bersama dengan individu lain.
- b) Merasa ikut memiliki (*sense of belonging*) atau bergabung dalam kelompok.
- c) Karena didorong keinginan untuk bersahabat maka mereka menginginkan kepercayaan yang lebih jelas dan tegas.
- d) Cenderung berkumpul dan mencoba untuk mendapatkan saling pengertian bersama mengenai apa yang telah terjadi dan apa yang harus mereka percaya.
- e) Secara pribadi selalu bersedia untuk berkonsultasi dan suka menolong orang lain yang dalam kesulitan dan lebih menyenangi adanya hubungan persahabatan.

Berdasarkan hasil pemaparan teori yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi berafiliasi didasarkan oleh adanya kebutuhan untuk menjalin hubungan baik dengan orang lain. Individu yang memiliki motivasi afiliasi akan cenderung menyukai interaksi dengan orang lain serta menyenangi hubungan persahabatan.

2.1.1.2.4 Perbedaan Karakteristik Antara Kebutuhan Prestasi, Kekuasaan, dan Afiliasi

Menurut teori yang diperkenalkan oleh David McClelland, dijelaskan bahwa tiga kebutuhan yang diidentifikasi (kebutuhan berprestasi, kebutuhan kekuasaan, dan kebutuhan berafiliasi) merupakan titik pendekatan terhadap motivasi. Ketiga kebutuhan tersebut masing-masing memiliki karakteristik yang dapat membedakan bagaimana kecenderungan dari kuatnya kebutuhan yang mendasarinya dalam bertindak.

Tabel 2.1

Karakteristik Individu dengan Kebutuhan akan Prestasi, Kebutuhan akan Kekuasaan, dan Kebutuhan akan Afiliasi

Karakteristik	<i>Need For Achievement</i>	<i>Need for Power</i>	<i>Need For Affiliation</i>
Umum	Fokus untuk melakukan sesuatu yang lebih baik untuk mengembangkan kinerja.	Fokus untuk memiliki dampak, reputasi dan pengaruh.	Fokus untuk membangun, mempertahankan, dan memperbaiki hubungan persahabatan.
Situasi yang Menggerakkan	Tugas-tugas yang penuh tantangan	Situasi yang memiliki hirarki atau pengaruh	Ingin memiliki banyak teman dan disukai. Tidak menyukai perselisihan, tapi lebih menyukai hubungan yang akrab atau hangat seperti melakukan percakapan melalui telepon dan
Aktifitas yang Berhubungan	Memilih menunjukkan hasil pekerjaan yang lebih baik, memiliki rasa tanggung jawab	Lebih menyukai menjadi penguasa dalam organisasi, serta memiliki kompetitif yang	

	pribadi, dan menggunakan pengontrolan ulang atas pekerjaan yang dilakukan untuk menjamin kualitas pekerjaannya.	tinggi	kunjungan.
--	---	--------	------------

Sumber : Clifford T. Morgan dalam Samuel Hatane (2003: 136)

2.1.2 Wirausaha

Keberadaan wirausaha dalam masyarakat tidak dapat dipungkiri telah turut andil dalam pertumbuhan perekonomian suatu bangsa. Semakin banyaknya wirausaha dalam suatu negara, akan sangat berkontribusi dalam menumbuhkan ekonomi negara. Namun untuk merangsang munculnya jiwa kewirausahaan ditengah masyarakat bukanlah suatu hal yang mudah. Untuk menumbuhkan semangat wirausaha diperlukan jiwa individu yang berani mengambil resiko dan peka dalam mengambil peluang yang ada, sehingga dapat menghasilkan suatu kreativitas, yang nantinya dapat menghasilkan pendapatan dari hasil karyanya.

Menurut Drucher (dalam Wijaya, 2007: 119) wirausaha didefinisikan sebagai semangat, sikap, perilaku, kemampuan seseorang dalam menangani usaha yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan, cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Schumpeter (dalam As'ad, 2002: 145) dikatakan bahwa “seorang *entrepreneur* adalah seseorang yang menggerakkan perekonomian masyarakat untuk maju ke depan, mencakup mereka yang mengambil resiko, mengkoordinasikan mengelola penanaman modal atau sarana produksi, mereka yang mengenalkan fungsi faktor produksi baru atau mereka yang memiliki respon yang kreatif dan inovatif”.

Lebih lanjut, menurut Hadipranata (dalam Wijaya, 2007: 199) dijelaskan bahwa wirausaha adalah sosok pengambil resiko yang diperlukan untuk mengatur dan mengelola bisnis serta menerima keuntungan finansial maupun imbalan non materi. Wirausaha adalah orang yang mengambil resiko dalam bisnis untuk memperoleh keuntungan.

Menurut Zimmerer dan Scarborough (dalam Suryana, 2006: 15) wirausaha adalah “orang yang menciptakan bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut”.

Berdasarkan paparan teori yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki semangat dalam menghadapi resiko dan menangkap peluang untuk menciptakan suatu usaha dan menghasilkan sumber daya dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Selain mengenai wirausaha, kewirausahaan menurut Peter Hisrich (dalam Suryana, 2006: 13) didefinisikan sebagai “proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai, dengan mencurahkan waktu dan

usaha, diikuti penggunaan uang, fisik, risiko, dan kemudian menghasilkan balas jasa berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi”.

Menurut Priyanto (2009: 61) dikatakan bahwa saat ini pemaknaan kewirausahaan telah berkembang tidak hanya pemaknaan seseorang sebagai “pengusaha” namun orang yang mampu mengelola diri dan lingkungannya sehingga akan dihasilkan ide, inovasi, penemuan baru, kreatifitas, semangat baru dan pasar yang baru. Kewirausahaan merupakan sesuatu yang ada didalam jiwa seseorang, masyarakat dan organisasi yang karenanya akan dihasilkan berbagai macam aktivitas (sosial, politik, pendidikan), usaha dan bisnis. Kewirausahaan merupakan bidang yang sangat luas aktivitasnya, mulai dari *individual entrepreneurship*, *industrial entrepreneurship* sampai yang terakhir berkembang adalah *social entrepreneurship*.

“Kewirausahaan merupakan hasil dari proses disiplin dan sistematis dalam menerapkan kreatifitas dan inovasi terhadap kebutuhan dan peluang di pasar, termasuk menerapkan strategi yang terfokus terhadap ide dan pandangan baru untuk menciptakan produk atau jasa yang memuaskan kebutuhan pelanggan atau memecahkan masalah mereka” (Zimmerer & Scarborough, 2008:59).

Kreativitas oleh Zimmerer (2008:57) diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Sedangkan inovasi diartikan sebagai kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya hidup orang-orang.

Berdasarkan pengertian kewirausahaan yang telah dijabarkan diatas disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu proses dalam menciptakan suatu kegiatan yang kreatif serta inovatif dan berorientasi kepada laba atau keuntungan dengan berfokus kepada pemenuhan kebutuhan pasar.

2.1.3 Gender

Perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan seringkali menjadi suatu hal yang tidak bisa disamakan dalam membedakan motivasi antar keduanya. Hal tersebut terlihat dari adanya pengaruh jender atau jenis kelamin terhadap intensi seseorang menjadi wirausaha yang telah banyak diteliti (Mazzarol *et al.*, 1999; Kolvereid, 1996; Matthews dan Moser, 1996; Schiller dan Crewson, 1997 dalam Indarti dan Rostiani (2008 : 10).

Seperti yang sudah diduga, bahwa mahasiswa laki-laki memiliki intensi yang lebih kuat dibandingkan mahasiswa perempuan. Secara umum, sektor wiraswasta adalah sektor yang didominasi oleh kaum laki-laki. Mazzarol *et al.*, (1999) membuktikan bahwa perempuan cenderung kurang menyukai untuk membuka usaha baru dibandingkan kaum laki-laki.

Temuan serupa juga disampaikan oleh Kolvereid (1996), laki-laki terbukti mempunyai intensi kewirausahaan yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Penelitian yang dilakukan oleh Matthews dan Moser (1996) pada lulusan master di Amerika dengan menggunakan studi longitudinal menemukan bahwa minat laki-laki untuk berwirausaha konsisten dibandingkan minat perempuan yang berubah menurut waktu. Schiller dan Crawson (1997)

menemukan adanya perbedaan yang signifikan dalam hal kesuksesan usaha dan kesuksesan dalam berwirausaha antara perempuan dan laki-laki.

2.1.4 Latar Belakang Profesi Orang Tua

Berkaitan dengan latar belakang profesi orang tua, seringkali disebutkan bahwa orang tua memiliki peranan yang kuat terhadap terciptanya jiwa kewirausahaan bagi keturunannya. Hal ini terlihat melalui pernyataan Duchesneau et al., (Benedicta, 2003:18 dalam Sukmana, 2008:4) yang mengatakan bahwa wirausaha yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orangtua yang juga wirausaha, karena mereka memiliki pengalaman yang luas dalam usaha.

Lebih lanjut, Staw (Sukmana, 2008:4) juga mengemukakan bahwa ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibilitas yang ditularkan oleh orangtua seperti itu melekat dalam diri anak-anaknya sejak kecil. Sifat kemandirian yang kemudian mendorong mereka untuk mendirikan usaha sendiri. Dari pernyataan tersebut, nampak bahwa profesi atau pekerjaan orang tua memiliki peran yang strategis dalam menumbuhkan motivasi wirausaha.

2.2 Review Penelitian Relevan

- 1. Mohd Rafi Yaacob dengan judul “*Entrepreneurial Motivation – The Cases of Indian Restaurant owners in Selangor and Kelantan, Malaysia*”. University of Bengkulu. MICEMA 12th.**

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui motivasi kewirausahaan pada orang India dalam mengoperasikan restaurant India di Selangor dan Kelantan Malaysia, dengan menggunakan teori motivasi McClelland sebagai dasar penelitian. Penelitian ini mengukur bagaimana *need for achievement*, *need for power*, *need for affiliation* dan *need for security and safety* berpengaruh terhadap motivasi kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara tatap muka kepada beberapa wirausahawan pemilik restaurant India di Malaysia dengan jenis pertanyaan eksplanatori. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara *need for achievement*, *need for power*, *need for affiliation* dan *need for security and safety* terhadap motivasi kewirausahaan di Malaysia.

2. **Nurwahida Fuad dan Abdul Manaf Bohari dengan judul “*Malay Women Entrepreneurs in the small and medium sized ICT-Related Business : A study on Need for Achievement*”. Universiti Teknologi Mara dan Universiti Utara Malaysia. Vol 2 No 13, 2011.**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara *need for achievement* dan kesuksesan *entrepreneur* diantara pengusaha wanita di Malaysia yang terlibat dalam ICT, berkaitan dengan bisnis. Penelitian ini dilakukan diantara 150 orang entrepreneur di Malaysia yang terdaftar dalam website USAHANITA, PENIAGAWATI, WAWASANITA, dan wanita niaga dot com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan dengan korelasi positif antar variable *need for achievement* dan kesuksesan entrepreneur. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel *need for achievement* telah sangat tinggi dalam

berkontribusi mempengaruhi kesuksesan entrepreneur wanita. Untuk itulah disarankan untuk membangkitkan tingkat *variable need for achievement*.

- 3. Helan Ramya Gamage, Donald Cameron dan Elizabeth Woods dengan judul “Are Srilankan Entrepreneurs Motivated by the Need for Achievement?”. The University of Queensland, Australia, 2003.**

Keberadaan model kewirausahaan di Srilanka seringkali didasarkan pada asumsi *need for achievement* dan teori sifat *personality*. Penelitian ini mendeskripsikan secara empiris mengenai motivasi kewirausahaan di Srilanka yang menunjukkan pengabaian terhadap faktor *socio-cultural*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi kewirausahaan di Srilanka tidak hanya bersumber pada kebutuhan pencapaian individu, namun secara sadar ataupun tidak, merupakan kebutuhan untuk memuaskan rasa keintiman sosial. Penekanan pada kekuatan sosial, hubungan sosial, dan kebersamaan menciptakan latar di motivasi kewirausahaan di Srilanka yang mengarahkan hampir secara langsung berlawanan dengan ideologi berat mengenai motivasi kewirausahaan.

- 4. Brinda Kalyani dan Dileep Kumar dengan judul “Motivational factors, entrepreneurship and education : study with reference to women in SMEs”. Far East Journal of Psychology and Business, 2011.**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor motivasi kewirausahaan diantara wanita, untuk menganalisis hubungan antara faktor motivasi dan faktor kewirausahaan, untuk menganalisis pengaruh faktor motivasi pada faktor kewirausahaan, serta melihat bagaimana pentingnya keberadaan institus pendidikan dalam mendukung pendidikan wirausaha bagi pengusaha wanita.

Pengumpulan data pada penelitian ini didasarkan pada *descriptive statistics*, *correlation*, *regression*, dan *kruskal wallis test*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor motivasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap faktor kewirausahaan.

5. Hariri Kamis dan Osman Jusoh dengan judul “*The Stage of entrepreneurship personality criteria among malaysian high school students*”. University Pendidikan Sultan Idris of Malaysia.

Penelitian ini menunjukkan suatu survey yang bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana tingkat karakteristik personality kewirausahaan antara pelajar laki-laki dan perempuan. Sejumlah 90 orang pelajar dari dua sekolah dipilih untuk mengisi kuesioner mengenai test karakteristik personaliy kewirausahaan, yang mencakup *need for achievement*, *need for affiliation*, *locus of control*, *risk taking propensity* dan *tolerance for ambiguity*. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara karakteristik tingkat karakteristik *personality* kewirausahaan antara laki-laki dan perempuan. Berdasarkan lima karakteristik personality kewirausahaan, terlihat bahwa *locus of control* menempati faktor dominan tertinggi, yang diikuti oleh *need for achievement*.

6. Khondaker M Rahman dengan judul “*Entrepreneur needs and achievement of descendant Latin-Japanese entrepreneurs in Japan*”. *International Journal of Entrepreneurship*, Januari 2011.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kebutuhan kewirausahaan serta motivasi pencapaian pada pengusaha asal negara Amerika Latin yang

memutuskan untuk menjalankan operasi bisnis nya di Jepang. Penelitian ini menggunakan beberapa sudut pandang gabungan teori oleh Maslow, Murray, Mc Gregor dan Mc Clelland. Hal ini menguji lima kategori yang *meliputi need for achievement, need for power, need for affiliation, need for security, dan need for status* dari motivasi pengusaha Latin di Jepang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survey kuesioner, wawancara, kunjungan lapangan dengan target pengusaha Latin yang berada di wilayah pusat Jepang.

7. Siprianus S.Sina dan B.Diana dengan judul “Motivasi Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa : *aplikasi theory of planned behavior*”. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variable yang berpegaruh terhadap motivasi kewirausahaan di Jawa Timur. Teori yang digunakan adalah teori *planned behavior* yang dikenalkan oleh Segl et al., dengan menggunakan tiga variabel bebas yaitu *self efficacy, risk tolerance* dan *net desirability of self employment* untuk menjelaskan motivasi kewirausahaan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan sampel sejumlah 854 mahasiswa dari 10 universitas di Surabaya, Malang, dan Jember. Pengujian dilakukan menggunakan regresi dan analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara partial maupun simultan, terdapat hubungan yang positif antara SE, TR dan NDSE terhadap motivasi kewirausahaan.

8. UD. Sukmana dengan judul “Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Menumbuhkan Motivasi Wirausaha (Studi tentang pengaruh pendidikan

kewirausahaan terhadap motivasi wirausaha mahasiswa universitas kuningan). Volume 4 No.8, Juli – Desember, 2008.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran pendidikan kewirausahaan yang dicirikan oleh pemahaman dunia kerja, ketrampilan hidup praktis, ketrampilan manajerial dan ketrampilan sosial, mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi wirausaha, mengetahui derajat keeratan hubungannya, serta mengetahui perbedaan motivasi wirausaha berdasarkan jenis pekerjaan orangtua. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan metode penelitian survey. Populasi penelitian adalah mahasiswa FE Universitas Kuningan yang mengikuti matakuliah kewirausahaan. Ukuran sampel sebanyak 85 responden. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan motivasi wirausaha mahasiswa berdasarkan jenis pekerjaan orangtua. Motivasi wirausaha mahasiswa yang memiliki orangtua pengusaha lebih tinggi dibandingkan dengan motivasi wirausaha mahasiswa yang orang tuanya bukan pengusaha. Selisih perbedaan berdasarkan mean sebesar 6.01.

9. Catherine Ashley-Cotleur dengan judul “*Parental and Gender Influences on Entrepreneurial Intentions, Motivations, and Attitudes*”. Frostburg State University, 2003.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh dari gender serta latar belakang orang tua terhadap intensi wirausaha, motivasi, serta perilaku dalam memulai bisnis baru. Responden dalam penelitian ini berjumlah 335 orang mahasiswa bisnis pada 2 universitas di U.S. Dengan jumlah pria sebesar 175

orang, dan wanita sebesar 153 orang. Analisis data dilakukan dengan menggunakan two tailed t-test, serta menggunakan cross tabulation untuk menguku variance antara 2 populasi. Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa laki-laki lebih memiliki kemampuan untuk memulai sebuah bisnis serta reward dalam hal keuangan dinilai lebih berharga. Sedangkan wanita lebih melihat reward intrinsic seperti makna dan tujuan hidup, sebagai suatu hal yang berharga. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa anak yang berasal dari orangtua yang pengusaha lebih mempunyai kemauan untuk memulai bisnis, serta lebih memandang perencanaan bisnis sebagai suatu hal yang penting.

10. Hannes Leroy, Johan Maes, Jonas Debrulle dan Luc Sels dengan judul “*Gender Effects on Entrepreneurial Intentions : A TPB Multigroup Analysis at Factor and Indicator Level*”. Katholieke Universiteit Leuven, 2009.

Penelitian ini bertujuan unuk menguji bagaimana pengaruh gender terhadap variabel-variabel yang membentuk adanya tujuan kewirausahaan, yang terdiri atas *personal attitude* dan juga melalui *perceived control* untuk menjadi wirausahawan. Data dilakukan melalui pengumpulan survey yang berasal dari 437 orang pelajar di 2 universitas terbesar di Belgia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan wirausaha pria diarahkan oleh orientasi terhadap nilai akan pencapaian, sedangkan tujuan wirausaha wanita diarahkan oleh *internal feelings of control*.

11. Rachida Justo dengan judul “*Entrepreneurs’ Perception of Success : Examining Differences Across Gender and Family Status*”. Instituto de Empresa Business School, 2006.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan persepsi dalam menilai kesuksesan wirausaha yang diukur dengan dimensi ekstrinsik atau intrinsik antara gender pria dan wanita. Data yang digunakan untuk menguji hipotesis diambil dari survey GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) yang diadakan di Spanyol pada April 2005 untuk membandingkan antara populasi wirausaha antar gender, dengan memperhitungkan peran dari orang tua. Responden penelitian ini berjumlah 1236 pengusaha. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *hierarchical regression analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha wanita dengan tanggungan anak akan lebih memandang kesuksesan intrinsik dalam hal independensi dibanding pria.

12. Yves Robichaud, Rolland LeBrasseur, dan K.V Ngarajan dengan judul “*Necessity and Opportunity-driven Entrepreneurs in Canada: An Investigation into their Characteristics and an Appraisal of the Role of Gender*”. Laurentian University.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbandingan motivasi antara pengusaha pria dan wanita dalam memulai suatu bisnis. Data penelitian didasarkan pada segmen Canada dari GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) sebagai database untuk mengukur aktivitas kewirausahaan dan kontribusi mereka terhadap pertumbuhan ekonomi. Sampel pada penelitian ini berjumlah 693 responden yang terdiri dari 269 perempuan dan 424 pengusaha pria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara pengusaha pria dan wanita dalam hal orientasi pertumbuhan. Pria lebih berorientasi pada pertumbuhan apabila dibanding wanita.

- 13. Stephen S. Batory dengan judul “*A Gender Analysis of Potential Entrepreneurs : Their Motivation To Be Self Employed and Actual Self Concepts*”. Bloomsburg University Anne H. Batory, Wilkes University, 2004.**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah terdapat perbedaan motivasi bekerja serta pengaruh *self-concept* seseorang diantara pemilik bisnis kecil yang sudah ada dan yang berpotensi untuk ada, jika dilihat berdasarkan gender. Data penelitian diambil dari konferensi SBA (*Small Business Administration*) US yang diadakan di Pennsylvania. Kuesioner diberikan kepada peserta yang menghadiri konferensi SBA sebanyak 110 orang dan terkumpul sebanyak 80 orang. Perbedaan gender antar pemilik bisnis dihitung menggunakan t-test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wanita memiliki motivasi yang kuat untuk menciptakan produk yang lebih baik dibandingkan pria. Sedangkan pria memiliki motivasi yang besar untuk menjadi pemimpin atas dirinya sendiri.

- 14. Erin Kepler dan Scott Shane dengan judul “*Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different?*”. SBA Office of Advocacy, 2007.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengapa terdapat perbedaan kinerja pada pengusaha pria dan wanita yang memiliki usaha, yang meliputi alasan serta motivasi dalam memulai suatu bisnis. Data yang digunakan berasal dari *Panel Study of Entrepreneurial Dynamics* (PSED). PSED menggambarkan survey mengenai rata-rata usaha kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pria lebih besar dibandingkan motivasi wanita. Motivasi pria dianggap lebih penting

untuk memiliki bisnis serta menjadi pemimpin dibandingkan menghabiskan waktu bersama keluarga.

Tabel 2.2
Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang	Judul	Motivasi dalam Berwirausaha				
	Tahun		X1	X2	X3	X4	X5
1	Mohd Rafi Yaacob	<i>Entrepreneurial Motivation – The Cases of Indian Restaurant owners in Selangor and Kelantan, Malaysia</i>	✓	✓	✓	-	-
2	Nurwahida Fuad dan Abdul Manaf Bohari 2011	<i>Malay Women Entrepreneurs in the small and medium sized ICT-Related Business : A study on Need for Achievement</i>	✓	-	-	✓	-
3	Helan Ramya Gamage, Donald Cameron dan Elizabeth Woods 2003	<i>Are Srilankan Entrepreneurs Motivated by the Need for Achievement?</i>	✓	-	-	-	-
4	Brinda Kalyani dan Dileep Kumar 2011	<i>Motivational factors, entrepreneurship and education : study with reference to women in SMEs</i>	-	-	-	✓	-
5	Hariri Kamis dan Osman Jusoh	<i>The Stage of entrepreneurship personality criteria among malaysian high school students</i>	✓	-	✓	-	-
6	Khondaker M Rahman 2011	<i>Entrepreneur needs and achievement of descendant Latin-Japanesse entrepreneurs in Japan</i>	✓	✓	✓	-	-
7	Siprianus S.Sina dan B.Diana	<i>Motivasi Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa : aplikasi theory of planned behavior</i>	✓	-	-	-	-
8	UD. Sukmana 2008	<i>Peran pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan motivasi wirausaha</i>	-	-	-	-	✓
9	Catherine Ashley - Cotleur 2003	<i>Parental and Gender Influences on Entrepreneurial Intentions, Motivations, and Attitudes</i>	-	-	-	✓	✓
10	Hannes Leroy, Johan Maes, Jonas Debrulle dan Luc Sels 2009	<i>Gender Effects on Entrepreneurial Intentions : A TPB Multigroup Analysis at Factor and Indicator Level</i>	-	-	-	✓	-

11	Rachida Justo 2006	<i>Entrepreneurs' Perception of Success: Examining Differences Across Gender and Family Status</i>	-	-	-	✓	-
12	Yves Robichaud, Rolland LeBrasseur, dan K.V Nagarajan	<i>Necessity and Opportunity-driven Entrepreneurs in Canada: An Investigation into their Characteristics and an Appraisal of the Role of Gender</i>	-	-	-	✓	-
13	Stephen S. Batory 2004	<i>A Gender Analysis of Potential Entrepreneurs : Their Motivation To Be Self Employed and Actual Self Concepts</i>	-	-	-	✓	-
14	Erin Kepler dan Scott Shane 2007	<i>Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different?</i>	-	-	-	✓	-

Sumber : Data diolah oleh Peneliti.

Keterangan :

X1 : Kebutuhan akan Prestasi

X2 : Kebutuhan akan Kekuasaan

X3 : Kebutuhan akan Afiliasi

X4 : Gender

X5 : Latar Belakang Profesi Orang Tua

2.3 Kerangka Pemikiran

Setelah mempelajari teori-teori yang mendukung variabel yang akan diteliti, maka berikutnya perlu dijelaskan keterkaitan dari seluruh variabel penelitian. Menurut Koontz dalam Djati (1996: 26) dijelaskan bahwa motivasi merupakan suatu reaksi yang diawali dengan adanya suatu kebutuhan yang menimbulkan keinginan untuk mencapai tujuan. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa individu yang berhasil mencapai tujuannya, maka kebutuhannya terpenuhi. Dengan demikian, kita dapat memahami bahwa kebutuhan merupakan faktor utama mengapa seseorang melakukan tindakan tertentu.

Salah satu motivasi seseorang dalam bertindak untuk mencapai tujuan tertentu dapat digambarkan melalui keputusan seseorang untuk bertindak dan memutuskan

untuk berwirausaha. Setiap individu yang memutuskan untuk berwirausaha pasti memiliki suatu tujuan yang timbul akibat adanya dorongan dan kebutuhan, sehingga menggerakkan individu untuk berwirausaha. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikatakan oleh David Mc Clelland, yang menjelaskan bahwa motivasi orang melakukan kegiatan usaha sebagai seorang wirausaha, salah satunya berhubungan dengan motivasi berprestasi, David Mc Clelland (Suryana, 2003:33 dalam Sukmana, 2008:8) mengelompokkan kebutuhan (*needs*) menjadi tiga, yaitu *need for achievement*, *need for power* dan *need for affiliation*.

Analisis mengenai mengapa seseorang menjadi entrepreneur dapat pula ditinjau dari sisi *push and pull factor*. Motivasi seseorang dalam berwirausaha dapat dibedakan berdasarkan faktor eksternal (*push*) dan faktor internal (*pull*). Apabila dilihat dari sisi *push factor*, faktor lingkungan menjadi suatu dorongan mengapa seseorang berwirausaha. Individu yang memiliki motivasi yang berasal dari lingkungan eksternal, memiliki tujuan yang berfokus pada masa sekarang. Beberapa motif mereka dalam berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti adanya ketidakpuasan pada situasi, waktu, serta isi dari pekerjaan yang ada, dan juga untuk menghindari ketidakadaan pekerjaan. Sedangkan apabila dilihat dari sisi *pull factor*, maka faktor dari dalam individu menjadi suatu dorongan yang membuat seseorang memutuskan untuk berwirausaha. Individu yang memiliki motivasi yang berasal dari dalam individu, memiliki tujuan yang berfokus pada masa depan. Beberapa motif mereka dalam berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti adanya keinginan akan pengakuan, reputasi, prestasi, menjadi seorang pemimpin, memiliki banyak waktu luang, serta menerapkan ide-ide barunya (Dej, 2007 : 61).

Sebagai seorang wirausahawan yang berhasil pada umumnya mempunyai dorongan atau motivasi berprestasi yang tinggi. Hal ini dijelaskan oleh Mc Clelland yang menjelaskan bahwa motif berprestasi adalah dorongan yang ada pada diri individu untuk mencapai kesuksesan, yang melebihi prestasinya di masa lalu dan juga melebihi prestasi orang lain. (As'ad, 2002: 149). Berkaitan pernyataan tersebut maka disimpulkan bahwa *need for achievement* merupakan salah satu faktor yang menjadi alasan bagi individu untuk berwirausaha. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh Yaacob yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif diantara *need for achievement* dan motivasi wirausaha.

Keputusan berwirausaha juga dilatarbelakangi oleh keinginan mendapatkan kekuasaan atas sumberdaya yang ada. Kebutuhan untuk memperoleh kekuasaan atas orang lain merupakan salah satu faktor mengapa seseorang memilih untuk berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yaacob yang meneliti motivasi wirausaha orang India yang berada di Malaysia. Dalam penelitian tersebut dapat dibuktikan bahwa *need for power* merupakan salah satu faktor mengapa individu memutuskan berwirausaha.

Didalam melakukan motivasi kerja, ada beberapa kebutuhan khusus lainnya, seperti kebutuhan dalam melakukan pergaulan (afiliasi) yang menjadi salah satu hal penting dalam mempengaruhi motivasi. Motivasi afiliasi bercirikan perhatian terhadap orang lain, untuk mengabdikan kepada unit yang lebih besar seperti suatu organisasi, komunitas atau masyarakat. (Pareek,1996: 114). Dengan demikian,

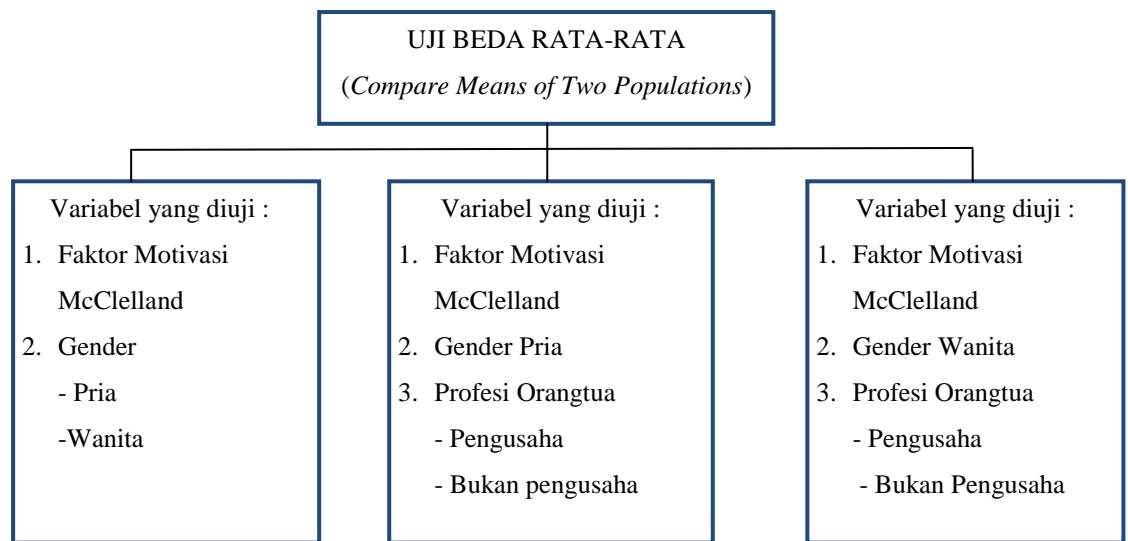
dapat disimpulkan bahwa hubungan sosial, baik antar pengusaha maupun kepada pelanggan dapat menjadi alasan mengapa seseorang berwirausaha.

Setelah memahami beberapa variabel yang mempengaruhi alasan seseorang berwirausaha, selanjutnya ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, apabila keempat faktor tersebut kita aplikasikan kepada gender yang berbeda. Menurut Rangga & Naomi (2007:4) dikatakan bahwa Mc Clelland dalam salah satu penelitiannya menyebutkan bahwa rata-rata pria dan wanita memiliki motivasi yang berbeda-beda. Hal ini sejalan dengan penelitian yang juga dilakukan oleh Batory (2004), Kepler (2007), serta Leroy (2009) yang menyebutkan bahwa terdapat perbedaan motivasi pada entrepreneur pria dan wanita. Bertitik tolak dari hal tersebut, maka pada penelitian ini, peneliti ingin membuktikan apakah terdapat perbedaan motivasi wirausaha antara pria dan wanita.

Lebih lanjut lagi, latar belakang profesi orang tua merupakan salah satu hal yang dianggap menentukan kecenderungan individu untuk memutuskan berwirausaha. Staw dalam Sukmana (2008:4) mengemukakan bahwa ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibilitas yang ditularkan oleh orangtua seperti itu melekat dalam diri anak-anaknya sejak kecil. Sifat kemandirian yang kemudian mendorong mereka untuk mendirikan usaha sendiri. Dari pernyataan tersebut, nampak bahwa profesi atau pekerjaan orang tua memiliki peran yang strategis dalam menumbuhkan motivasi wirausaha. Dengan demikian, maka penguji mencoba melakukan penelitian berkaitan dengan motivasi kewirausahaan antara

orang yang memiliki latar belakang profesi orang tua sebagai wirausaha, dan yang tidak.

Berdasarkan kerangka berpikir, maka untuk mempermudah alur kerangka penelitian, maka dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2
Kerangka Penelitian

Sumber : Data diolah Peneliti

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu perumusan masalah penelitian. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang dicari atau yang ingin dipelajari. Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan diatas, maka hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1

H_0 : Kebutuhan akan prestasi pada pengusaha jahit pria dan wanita di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan prestasi pada pengusaha jahit pria dan wanita di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.

Hipotesis 2

H_0 : Kebutuhan akan kekuasaan pada pengusaha jahit pria dan wanita di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan kekuasaan pada pengusaha jahit pria dan wanita di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.

Hipotesis 3

H_0 : Kebutuhan akan afiliasi pada pengusaha jahit pria dan wanita di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan afiliasi pada pengusaha jahit pria dan wanita di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.

Hipotesis 4

H_0 : Kebutuhan akan prestasi pada pengusaha jahit pria yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit pria yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan prestasi pada pengusaha jahit pria yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit pria yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.

Hipotesis 5

H_0 : Kebutuhan akan kekuasaan pada pengusaha jahit pria yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit pria yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan kekuasaan pada pengusaha jahit pria yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit pria yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.

Hipotesis 6

H_0 : Kebutuhan akan afiliasi pada pengusaha jahit pria yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit pria yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan afiliasi pada pengusaha jahit pria yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit pria yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.

Hipotesis 7

H_0 : Kebutuhan akan prestasi pada pengusaha jahit wanita yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit wanita yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan prestasi pada pengusaha jahit wanita yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit wanita yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.

Hipotesis 8

H_0 : Kebutuhan akan kekuasaan pada pengusaha jahit wanita yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit wanita yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan kekuasaan pada pengusaha jahit wanita yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit wanita yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.

Hipotesis 9

H_0 : Kebutuhan akan afiliasi pada pengusaha jasa jahit wanita yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jasa jahit wanita yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah sama.

H_a : Kebutuhan akan afiliasi pada pengusaha jahit wanita yang memiliki latar belakang orang tua pengusaha dan pengusaha jahit wanita yang tidak memiliki latar belakang orang tua pengusaha di Pasar Sunan Giri adalah berbeda.