BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek

a. Subjek ke l (ASR)

Subjek pertama adalah ASR, ASR adalah anak ke dua dari tiga bersaudara yang lahir di Magelang, saat ini ASR belum menikah dan masih menempuh perkuliahan di salah satu Universitas di Surabaya. ASR tinggal bersama dengan kedua orang tuanya, om, tante, dan saudaranya. Ayahnya bekerja di kedinasan, sedangkan ibunya seorang ibu rumah tangga yang mencari kesibukan dirumah dengan berjualan *tupperware*. Kakaknya sudah menikah dan dikaruniai oleh seorang anak, kakaknya bekerja di Telkom, adik perempuannya masih berkuliah.

Awal ASR menjalankan usahanya karena keinginannya sendiri yang menyukai untuk berwirausaha, awalnya dia berjualan hijab yang saat itu namanya "Shah Hijab", tapi hanya berjalan beberapa bulan dan akhirnya tutup dikarenakan ada temannya juga berjualan hijab. Lalu ada program beasiswa wirausaha yang diadakan oleh Bank CIMB akhirnya atas usul dari kakaknya lahirlah usaha dengan nama "Sego Bontot" yang hingga saat ini berjalan. Lalu didukung dengan usaha milik kakak iparnya yang bernama "Ningrumind" yang tugasnya sebagai *marketing* di usaha itu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Subjek 2 (EW)

Subjek ke dua adalah EW, EW adalah anak pertama dari dua bersaudara yang lahir di Surabaya, saat ini EW belum menikah dan masih menempuh perkuliahan di salah satu Universitas di Surabaya. EW tinggal bersama dengan kedua orang tuanya dan saudaranya. Ayahnya bekerja di pabrik, sedangkan ibunya seorang ibu rumah tangga yang mencari kesibukan dirumah dengan berjualan makanan. Adik laki-lakinya masih berkuliah juga di salah satu Universitas di Surabaya.

Awal EW menjalankan usahanya karena keinginannya sendiri yang menyukai untuk berwirausaha sejak SMA, awalnya dia berjualan baju bekas, tapi hanya berjalan beberapa bulan dan akhirnya tutup dikarenakan jualannya tidak begitu pesat menurutnya. Lalu dia mencoba untuk berjualan sepatu dia membeli dengan berkulakan di salah satu Pusat Grosir yang ada di Surabaya. Saat itu, subjek menjalaninya dengan sangat tekun hingga saat ini. Dengan didukung oleh keluarganya yang membuat subjek bersemangat dalam menjalankan usahanya sampai sekarang. Subjek juga memiliki akun instagram dengan jumlah pengikut sebanyak 300.000 orang di seluruh penjuru Indonesia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Temuan Penelitian

Dalam penyajian data ini, peneliti akan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil observasi di lapangan, *interview*/wawancara, dan dokumentasi yang ada, untuk membantu keabsahan data atau kevaliditasan data yang disajikan. Data dalam penelitian ini adalah tentang komponen dan faktor perilaku inovatif mahasiswa dalam berwirausaha.

1) Komponen Perilaku Inovatif

a. Subjek 1

ASR menunjukkan 4 dari 5 komponen perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha.

1) *Opportunity Exploration*

Subjek memaparkan bahwa subjek mempelajari atau mengetahui lebih banyak tentang peluang untuk berinovasi, dengan memanfaatkan *skill* yang dimiliki oleh seluruh keluarganya.

"Jadi koyok manfaatin skill sendiri-sendiri, memanfaatin orang-orang dirumah, koyok om ku kan pinter jahit, pinter gawe baju, mbakku lulusan design dadi dek e bagian design baju, trus aku kan arek komunikasi kan dadi bagian marketing koyok liat media sosial, oohh... pergerakan style saat ini iku seperti ini... koyok ngunu. Lah sedangkan mas ku sendiri kan yo fotografer kan dadi koyok bagian foto-memfoto dadi koyok mbakku kan yo model e dadi koyok memanfaatkan masing-masing, kayak gitu se sebener e awal e iku koyok kene lo duwe...jadi kita iku punyak investasi, punya skill sendiri lapo kok gak dimanfaatno koyok ngunu." (WCR1A17)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(Jadi kayak memanfaatkan *skill* sendiri-sendiri, memanfaatkan orang-orang dirumah, seperti om ku kan pinter jahit, pintar membuat baju, mbakku lulusan *design* jadi dia bagian *design* baju, trus aku kan anak komunikasi yang jadi *marketing* seperti liat media sosial, oh... pergerakan *style* saat ini itu seperti ini... seperti itu. Lah sedangkan masku sendiri kan ya *fotografer* jadi seperti bagian foto-memfoto jadi mbakku kan ya model, jadi seperti memanfaatkan masing-masing, seperti itu se sebenernya awalnya itu seperti ini kita lo punya, jadi kita itu punya investasi, punya *skill* sendiri ngapain kok gak dimanfaatkan kayak gitu.)

Tidak hanya itu, subjek juga memaparkan untuk selalu melihat kompetitor dalam menjalankan usahanya.

"Huum... sama melihat kompetitor, jadi koyok kelemahan orang lain iku kudu jadi kelebihan kita. Trus kelemahan kita juga kudu bisa jadi kelebihan kita. Kompetitorku kan yo onok se, sego bungkus kan yo gak mek 1 tok se. Kemaren kompetitorku kan yo onok seng nak depan e RSUD iku kan yo onok iku regane 3.500 dadi seng membedakan yo iku mau dari marketing yo branding, packaging iku kan yo seng membedakan." (WCR1A366)
(Huum... sama melihat kompetitor, jadi seperti kelemahan orang lain itu harus jadi kelebihan kita. Trus kelemahan kita juga harus bisa jadi kelebihan kita. Kompetitorku kan ya ada se, sego bungkus kan ya gak cuma 1 aja. Kemaren kompetitorku kan ya ada yang di depan RSUD itu kan ya ada itu harganya 3.500 jadi yang membedakan ya itu tadi dari *marketing* ya *branding, packaging* itu kan ya yang membedakan.)

Subjek juga memaparkan bahwa subjek masih belajar dan terus belajar untuk membuat jaringan web.

"Aku kemaren iku masih belajar buat jaringan di web, jadi gimana carane kita koyok orang searching di google itu kita itu diurutan teratas, aku masih belajar itu, jadi kan memanfaatin internet kan jadi skrg kan orang butuh opo pasti cari di internet itu se lebih ke situ ae." (WCR1A401)
(Aku kemaren itu masih belajar buat jaringan di *web*, jadi gimana carannya kita seperti orang *searching* di *google* itu kita itu diurutan teratas, aku masih belajar itu, jadi kan memanfaatin internet kan jadi skrg kan orang butuh apa pasti cari di internet itu se lebih ke situ aja.)

Teman terdekat subjek juga memaparkan subjek ingin mengelola cafe yang dia miliki sendiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"cafe yang dia kelola sendiri cafe yang jual minuman, jual makanan dan dia bisa memperkerjakan orang-orang di sekitarnya." (WCR2B15)
"usaha online kerudungnya annisa itu dia lebih banyak mengelolanya secara otodidak, dia banyak belajar sendiri," (WCR2B50)

2) *Generativity*

Subjek memaparkan bahwa subjek yang mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan.

"yok opo lek misale nasi murah ae soale kan liat orang, awale lek sego bontot awale kan liat wilayah sidoarjo kan sekarang wes kawasan industri to, setiap tempat iku koyok pabrik-pabrik di sidoarjo itu banyak, sedangkan karyawan kan gajine gak seberapa trus dia sehari makan 7000, 10.000 – 15.000 kita gak bikin nasi seng berkualitas tapi murah ngunu lo, akhire ada iku sego bontot lek yang sego bontot seperti itu." (WCR1A44)
(Ya apa kalau misalnya jualan ini, sebenernya ide itu dari masku kalau sego bontot, awalnya kan liat wilayah sidoarjo kan sekarang sudah kawasan industri to, setiap tempat itu seperti pabrik-pabrik di sidoarjo itu banyak, sedangkan karyawan kan gajinyagak seberapa trus dia sehari makan 7000, 10.000 – 15.000 kita gak membuat nasi yang berkualitas tapi murah gitu lo, akhirnya ada itu sego bontot kalau yang sego bontot seperti itu.)

3) *Formative Investigation*

Subjek memaparkan bahwa subjek telah memberikan perhatian untuk menyempurnakan ide, solusi, opini dan coba untuk menginvestigasikannya.

"soale marketing kan yo penting liat diluar iku seperti apa perkembangannya di pasaran saat ini." (WCR1A59)
(soalnya *marketing* kan ya penting liat diluar itu seperti apa perkembangannya di pasaran saat ini.)
"Dadi semua itu tergantung kita ngelola didalam itu semua, mulai dari takaran nasinya, perna ada yg ngomen kok pas tuku iku, segomu iki cilik yo tp kok wareg ngunu... itu karna kita emang bener2 pake nasi yg punel." (WCR1A285)
(Jadi semua itu tergantung kita ngelola didalam itu semua, mulai dari takaran nasinya, pernah ada yg ngomen pas beli itu, nasimu iki kecil ya tp kok kenyang gini... itu karna kita emang bener2 pake nasi yg punel.)
"Trus yo wes beli showcase (kulkas buat jualan), trus rumah iki yo melok ngewangi, melok beli keramik." (WCR1A339)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(Trus ya sudah beli *showcase* (kulkas buat jualan), trus rumah ini ya ikut bantu, ikut beliin keramik. Ya alhamdulillah lah, sudah bisa bantu.)

4) *Championing*

Subjek memaparkan bahwa subjek melakukan praktek-praktek usaha untuk merealisasikan ide-ide.

"Kita ikut stand, buat stand, dulu itu awale itu jualan sego bontot itu di taman pinang terus diusir, akhire aku pindah ke lingkar timur," (WCR1A65)
(Kita ikut stand, buat stand, dulu itu awale itu jualan sego bontot itu di taman pinang terus diusir, akhirnya aku pindah ke lingkar timur,)
"Yo media sosial iku tok sama outlet, kekuatan paling besar iku kan yo mouth to mouth orang nek wes ngerasain pasti kan tau seh rasane, orang seng wes pernah nyoba pasti kan yo wes tau se rasane ya apa." (WCR1A381)
(Ya media sosial itu sama *outlet*, kekuatan paling besar itu kan ya *mouth to mouth* orang kalau suda ngerasain pasti kan tau rasanya, orang yang sudah pernah mencoba pasti kan ya sudah tau rasanya ya apa.)
"Koyok misale ikut bazar jadi packagingku tak apikno, kalo ndek luar biasa koyok kemasyarakat ngunu." (WCR1A422)

(Kayak semisal ikut bazar jadi packagingku tak bagusin, kalo di luar biasa seperti kemasyarakat gitu.)

"Tak perbanyak jaringan ambek karyawan. Jadi kayak masuk ke kantor2 atau ke pabrik2, jadi yang awal iku aku kudu punya link jaringan orang dalam. Orang kan pasti yo opo caranya kita, penawaran kita." (WCR1A457)
(Tak perbanyak jaringan sama karyawan. Jadi kayak masuk ke kantor2 atau ke pabrik2, jadi yang awal itu aku harus punya *link* jaringan orang dalam. Orang kan pasti ya apa caranya kita, penawaran kita.)

5) *Aplication*

Subjek memaparkan bahwa subjek mencoba untuk mengembangkan, menguji coba, dan mengkomersilkan ide-ide inovatif.

"lingkar timur iku buka pertama itu jual Cuma 20 bungkus kadang sisa 5 trus dikasih in orang yang lewat, jadi kayak memanfaatkan take and gift koyok memberi-memberi, ngasih-ngasih kekuatan memberi koyok gitu, eh... tambah suwe... tambah suwe... orang kan bisa ngerasain secara gratis, secara gak langsung kan kita koyok memberikan tester, ngasih...ngasih...ngasih... eh...

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maringunu sehari 20, naik maneh 50 habis trus naik maneh 80 habis trus 100" (WCR1A69)
(di lingkar timur itu buka pertama itu jual cuma 20 bungkus kadang sisa 5 trus dikasih in orang yang lewat, jadi kayak memanfaatkan *take and gift* semacam memberi-memberi, memberi-memberi kekuatan memberi seperti itu, eh... tambah lama... tambah lama... orang kan bisa merasakan secara gratis, secara gak langsung kan kita seperti memberikan tester, memberi... memberi... memberi... eh... setelah itu sehari 20, naik lagi 50 habis trus naik lagi 80 habis trus 100)
"Trus menuku yo tak banyakin, lebih banyakin varian rasa. Nasi bungkus biasane aku yo mek jual koyok nasi ayam, tongkol rica2, uduk, geprak. Trus kalo di packaging itu wes aneh2 varian rasanya, kayak ayam teriyaki, mayonaise, lebih lidah2 anak muda ngunu." (WCR1A437)
(Trus menuku ya tak banyakin, lebih banyakin varian rasa. Nasi bungkus biasanya aku ya cuma jual seperti nasi ayam, tongkol rica2, uduk, geprak. Trus kalo di *packaging* itu sudah aneh2 varian rasanya, kayak ayam teriyaki, mayonaise, lebih lidah2 anak muda gitu.)

b. Subjek 2

EW menunjukkan seluruh komponen perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha.

1) *Opportunity Exploration*

Subjek memaparkan bahwa subjek mempelajari atau mengetahui lebih banyak tentang peluang untuk berinovasi, dengan memanfaatkan *skill* menjadi *reseller* dahulu lalu berkembang menjadi *supplier*.

"Jadi pertama awal memang nol modal, ya biasa kayak onlineshop kan, reseller2 yaitu tinggal menjualkan barangnya, fotonya kita punya dari suppliernya, menjualkan kalo barangnya laku kita baru beli barangnya trus kita kirim, trus lama2 dari keuntungan, akhirnya punya modal, setelah punya modal, akhirnya ini...apa namanya...cari...supplier dengan skala yang lebih besar, mungkin dulu pertama belinya reseller retail/eceran selanjutnya beli yang grosir trus setelah dapet grosir itu beli barangnya kayak di PGS (Pasar Grosir Surabaya), pokoknya pasar2 grosir di Surabaya lah." (WCR1B28)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Subjek memaparkan hal promosi yang subjek lakukan adalah bermain dengan sosial media.

"hal promosi kan ini mainnya media sosial.. jadi kayak lebih ke internet marketing ae, jadi kayak misalnya di instagram itu paling marketingnya dari paidpromote, dari endorse artis kayak gitu, kalau untuk prosedurnya kamu nyari aja, kalau paidpromote yawes kayak kita bayar ke artis trus artisnya promotein instagram kita, sama kalau endorse mereka nerima barang terus ngepromotein ke akun sosial media mereka," (WCR1B345)

Ibu subjek juga memaparkan bahwa subjek awalnya mengambil beberapa sepatu untuk dipasarkan.

"Ya pertamanya kan coba-coba, ambil di PGS 2-3 sepatu trus gitu banyak yang pesen, trus ambil di PGS telat-telat terus, trus gimana carane gak telat-telat, akhirnya cari tukang baru, trus dapat tukang ada pesanan bisa langsung pesan ke tukang, jadi biar lancar gitu lo.. kalo di PGS kan kadang banyak yang ngambil telat-telat lama baru dikasih barangnya, kalau di tukang kan di telfon langsung dikerjakan, jadi lancar lah, daripada ambil di PGS." (WCR2B6)

2) Generativity

Subjek memaparkan bahwa subjek yang mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan.

"setelah punya grosir ya gak mau berhenti sampek situ, karena barangnya susah, maksudnya itu setelah produksi kadang tergantung pabriknya, kadang produksi lagi kadang gak, kan mesti gitu kan. Trus akhirnya berfikir untuk cari pengrajin aja, tapi barangnya ya gak banyak dari pengrajin, ya grosir sedikit disupply dari pengrajin." (WCR1B47)

"Yang pasti yang pertama diunggulkan itu produk, kualitas produk, desain produk, jadi lebih ke produknya sih, untuk sementara ini. Cuma permasalahannya itu.. semua aspek itu sebenernya penting dalam marketing, jadi misalnya gak hanya dari jenis produk, tapi juga jenis layanan trus.. ya dari semua aspek, misalnya dari barangnya juga harus bagus, pelayanannya juga harus bagus, trus pengirimannya juga harus tepat waktu, tapi kita gak bisa maksimal di semua hal itu, cuma yang membedakan ataupun yang paling beda dari yang lain itu produk karena bahan itu dipilih sendiri, desainnya juga di desain sendiri, ada juga yang meniru desain orang lain itu pun dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasil searching atau segala macam kita mencari trus kita kombinasi, ada yang persis 100% cuma bahannya kita bedakan, jadi yang beda dari kualitas produk, desain produknya juga," (WCR1B454)
"Dari segi desain sangat memperhatikan pemilihan warna, pemilihan motiv, desain, kayak gitu." (WCR1B486)
"Untuk jangka panjang ke depan sih kita punya rencana untuk bisnis konsultan, jadi ada konsultan bisnisnya, sebenernya udah lama itu bisnis konsultan itu kayak lebih untuk pengembangan bisnisnya trus untuk kedepannya itu lebih butuh untuk merk dagang jadi kan produk kan, maksudnya okelah kalau misalnya sekarang kan, cuma untuk kedepannya kan pinginnya kan modelnya home industry lah home industry kan punya merk dagang lah dagang itu kan kita carinya yang legal, lah kalau legal itu kan pasti ada syarat2 yang harus kita penuhi kan untuk misalnya akte buat perusahaan dll. Jadi untuk jangka ke depannya lebih kayak ke situ." (WCR1B545)
"Iya, kan tadi sudah dibilang kan produknya lebih ditingkatkan kualitasnya, selalu ditingkatkan," (WCR1B852)

3) *Formative Investigation*

Subjek memaparkan bahwa subjek telah memberikan perhatian untuk menyempurnakan ide, solusi, opini dan coba untuk menginvestigasikannya.

"istilahnya kayak lebih berkompeten lah daripada ngambil satu barang dari satu supplier kan sama dengan penjual yang lain, kan kalo misalnya bikin sendiri trus di desain sendiri, istilahnya kita cari bahannya sendiri, kan beda pasti hasilnya" (WCR1B60)
"Iya, ada, dan itu sudah disiapkan memang. Cuma kapan hari itu pernah nyoba kan ke pajak/ ke perpajakan itu soalnya kalau gak salah kan untuk merk dagang itu punya akte pendirian perusahaan, kalau gak salah akte pendirian perusahaan itu untuk persero dan bisa CV itu hanya 2 orang kan bisa kan tapi itu syaratnya kita juga harus punya NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) lah kan mahasiswa, belum punya NPWP, belum punya pekerjaan pasti istilahnya kan yang dilaporkan kayak struk2 gajinya gitu lo, terus ke kantor pajak waktu itu bilang kalau misalnya pengen punya NPWP untuk dagang/jualan pingin punya merk dagang sendiri eh.. waktu itu ditolak dari sana, sebenernya gak ditolak cuma kan kita gak punya struk gaji, akhirnya orang pajaknya itu ada salah satu ibu2 yang bilang wes gausah mbak, kan masih kuliah juga besok aja kalau sudah kerja diurus NPWPnya biar diurusin perusahaan, begitu ibu2 critanya..sebenernya pengen punya NPWP dan pengen melegalkan usaha kan dagang kan ya ada ijinnya kan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berdagang. Mungkin menunggu sebentar lagi, belum tau jalan keluar e kan sebenernya kan butuh bisnis konsultan." (WCR1B568)
"misalnya kita melihat dari industri2 yang gak harus besar dari hal yang kecil, gimana kita dari cara managementnya kan penting buat dipelajarin kan, maksudnya kan kita orang awam, bukan orang basicnya itu dari ekonomi/ misalnya dari management atau apa otomatis kan kita gak punya dasar itu kan, maksudnya secara teori lah misalnya kita kan gak punya. Caranya itu bentuk perhatiannya untuk ini itu yang pertama itu tadi selalu memperhatikan pengembangan di sekitar, itu kita melihat berbagai jenis, misalnya pengembangan usaha misalnya secara online maupun secara offline itu sebenernya banyak banget. Kalau secara offline itu kan ada temen2 yang mengembangkan sistemnya itu jadi kayak grosir atau misalnya mereka buka, kalau bisa dibilang itu bukan frenches, kayak lebih ke cabang2 tapi apa ya nama e ya, ya mungkin frenches kayak lebih kayak barang ini barang kita trus ditaruh di toko2 mereka, kayak kerjasama gitu, selalu memperhatikan kinerja tempat2 lain usaha2 lain, istilahnya inovasi2 baru apa yang mereka ceritakan, seperti belajar dari industri2 lain. Ya belajar mulai dari kecil, mulai kayak bagaimana mereka membagi admin untuk melayani itu bia dipelajarin, itu kayak misalnya bagaimana cara mereka memasarkan sesuatu marketingnya mereka itu gimana sih, banyak kan cara marketing itu, gak cuma dari paidpromote, endorse, atau website itu gak sekali cara promosi, itu kita perlu belajar banyak dari orang2 sekitar, mungkin istilahnya lebih ke membaca situasi trus juga, untuk terus berkembang, kita kan juga perlu melihat pasar, maksudnya itu apasih pasar sekarang yang lagi hits atau lagi in atau orang2 lagi suka banget. Fashion itu kan juga lagi berkembang kayak berputar juga pokoknya selalu berubah-ubah bukan stag di suatu tempat dan selera juga mempengaruhi istilahnya selera kita dalam fashion seh menurutku jadi kan bergerak di bisnis fashion juga, istilahnya fashion retail kita juga harus mengikuti perkembangan," (WCR1B642)

Selain itu, ibu subjek juga memaparkan bahwa semua yang menyempurnakan ide adalah subjek sendiri, hanya subjek mendapatkan dukungan dari keluarganya.

"Dari EW trus bapaknya baru membantu lah istilahnya ya bisanya sih bisa, ngatur waktu lah, ya mungkin kecapekan ya, malem kan dia terima order dari orang jadi ada yang membantu kalau sendiri ya ndak bisa." (WCR2B103)

4) *Championing*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Subjek memaparkan bahwa subjek melakukan praktek-praktek usaha untuk merealisasikan ide-ide.

"dari grosir itu kualitasnya juga kurang bagus, ya namanya barang grosir, akhirnya menyerahkan sepenuhnya ke pengrajin." (WCR1B70)
"buat aku itu mempersiapkan sumber daya manusia, ini kan home industry lah kalau misalnya home industry itu kan kita harus punya kemampuan/skill, lah sementara kebanyakan home industry itu geraknya di daerah2 yang memang masyarakatnya mengenal," (WCR1B710)
"Terus, aa.. untuk perencanaan pertama dari sumber daya manusia pasti, maksudnya setelah kita mengerti kita memberikan ilmu ke mereka memberikan pelatihan, pembelajaran, trus untuk tahap selanjutnya" (WCR1B781)
"lebih kayak ke managementnya," (WCR1B801)
"trus kayak lebih ke masalah operasional trus lagi kalau ada masalah yang mucul lebih kayak ke keseimbangannya aja, jadi kalau sudah ada home industrynya bagaimana sih cara menjalankan home industrynya pasti ya gak stagnan juga, pasti kan naik turun, cuma gimana caranya kita tetap bertahan di industry itu tadi, tetep bisa bersaing, orang2 tetep menggunakan produk kita, kayak gitu kan intinya." (WCR1B837)

Subjek kedua dalam melakukan pelayanan terhadap *customer*nya juga melakukannya dengan menambahkan admin dalam usahanya.

"trus pelayanan, itu kan ini kalo semakin banyak pembeli kan itu pasti semakin slowrespon kan akhirnya mencari admin..." (WCR1B104)

Selain itu informan ketiga subjek juga menjelaskan bahwa saat ini subjek sudah memiliki gudang sendiri, lalu subjek juga mengikuti bazar.

"Oh... gitu ya sekarang kan sudah punya gudang sendiri, istilahnya bisa nyewa gudang baru, gak dirumah lagi, gitu aja, trus sekarang dia juga ikut-ikut kayak bazar-bazar, bisa ikut gitu, acara-acara bazar di mall-mall." (WCR3B119)

Mbak subjek memaparkan bahwa subjek melakukan praktek-praktek usahanya dari menyuply barang.

"Dari awalnya sih masih... itu kayak kulak'an gitu lo..." (WCR3B11)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut observasi peneliti, subjek juga membuat bazar di mall-mall.

Subjek juga bergabung dalam grup yang didalamnya terdapat online shop seluruh Indonesia. Subjek bergabung dengan itu serta banyak belajar dari sana. Subjek juga menggeluti usahanya dengan mengikuti bazar di mall-mall. (OBS1B5)

Gambar 4.1 Bazar "Eprosop" di Royal Plaza Surabaya (DOK1B1)

5) Aplication

Subjek memaparkan bahwa subjek mencoba untuk mengembangkan, menguji coba, dan mengkomersilkan ide-ide inovatif.

"stok kadang masih ndak teratur soalnya kadang catetannya maksudnya tidak ada data pasti, yaitu akhirnya kepikiran pake pos itu lo (Point Of Sale) pas itu dapet (Point Of Sale) pengoperasiannya agak ribet, yawes akhire berhenti. Trus ini rencananya pake (Point Of Sale) dari android pokoknya dari smartphone jadi lebih gampang bisa dibawa kemana-mana ngatur stok kemana-mana lebih gampang. Trus juga sebenernya mau nyambungin ke website juga," (WCR1B117)

"Yang pasti dari segi produksinya itu sudah baru, maksudnya baru itu kita ada tambahan pengrajin, jadi produk2 yang dihasilkan juga banyak yang baru, maksudnya gak hanya satu jenis, kayak misalnya dulu kan model flatshoes banyak, sekarang lebih banyak sendal, lebih banyak sepatu2 wedges2, trus ya mungkin rencananya ya itu tadi terbaru yang dilakukan yang masih dalam proses pengerjaan dari website sama POS (Point Of Sale) kita mau atur lagi trus kita juga sudah mulai masuk pasar2, bazar2 disurabaya,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kita sudah mulai menyewa stan untuk bazar 2 minggu, bazar2 1 mingguan, kayak gitu di mall2, untuk menjangkau masyarakat secara offline, trus sama gudang baru, ya maksudnya dulu kan dirumah trus sekarang udah punya dana buat sewa tempat, akhirnya kita sewa tempat buat gudang baru, aksesnya lebih mudah, bisa dijangkau sama orang lain, lebih mudah lah, daripada dirumah dulu." (WCR1B493)

a. Faktor Eksternal Perilaku Inovatif

Lingkungan

a) Subjek 1

Faktor-faktor lingkungan (eksternal), berikut pemaparan subjek pertama yang menunjukkan bahwa subjek dipengaruhi karena lingkungan dari keluarganya yang mendukung subjek menjalankan wirausahanya karena subjek juga dapat membagi waktu antara kuliahnya dan wirausahanya.

"kuliah yo ttp kuliah soale kan yang jaga om kadang yo tante, pas buka stand yo ngunu, trus karyawan yo wes ada, karyawan yo om ku sndiri ambek tante kan soale gak kerja jadi dimanfaatno, atek tanteku yo orang e ulet kan. Dadi misale pagi iku kulak an jam 5 ngunu kulak an, trus nyicil2 kadang nek nganggur, kuliah kan gak melulu setiap hari. Trus jam 2 malem sampek jam 4 kita masak, itu yo seng melek kadang mamaku tok, kadang yo sama tanteku, kadang yo aku melek ngewangi gitu tok, trus om ku seng bagian bungkusi. Soale kan bungkus itupun kita gak ngawur ngunu lo, soale bungkus kan bener2 ditata rapi, soale org2 kan onok seng bungkus iku semrawut ngunu kan gede cilik e, kanan lebih gede, kita gak kita bener2 wes diatur. Dadi kene dodolan sego bungkus gak sembarang sego bungkus.(WCR1A307)

(kuliah ya ttp kuliah soalnya kan yang jaga om kadang ya tante, pas buka *stand* ya gitu, trus karyawan ya wes ada, karyawan ya om ku sndiri sama tante kan soalnya gak kerja jadi dimanfaatkan, karena tanteku ya orangnya ulet kan. Jadi misalnya pagi itu belanja jam 5 gitu belanja, trus nyicil2 kadang kalau gak ngapa-ngapain, kuliah kan gak melulu setiap hari. Trus jam 2 malem sampek jam 4 kita masak, itu ya yang masih terjaga kadang mamaku aja, kadang ya sama tanteku, kadang ya aku terjaga buat ngebantu gitu tok, trus om ku yang bagian bungkus. Soalnya kan bungkus itupun kita gak sembarangan gitu lo, soalnya bungkus kan bener2 ditata rapi, soalnya org2 kan ada yang bungkus itu sembarangan gitu kan besar kecilnya gak sama, kanan lebih besar, kita gak, kita bener2 sudah diatur. Jadi kita kalau jualan sego bungkus gak sembarang sego bungkus.)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tidak hanya om dan tantenya, masnya juga mendukung subjek, serta ikut campur dalam wirausaha subjek.

"dek e yo bantu pemasaran, kan seng nggedekno usahaku kan yo gak aku tok, masku yo melok... mamaku yo orang marketing, jadi tau." (WCR1A503)
(dia ya bantu pemasaran, kan yang besarin usahaku kan ya gak aku aja, masku ya ikut... mamaku ya orang *marketing*, jadi tau)

Selain itu juga diungkapkan oleh teman terdekat subjek bahwa subjek juga didukung oleh keluarganya.

"*Terlebih lagi yang menjadi inspirator utama dalam mengelola usahanya itu pertama adalah mamanya..tante widyasningrum.. dan yang kedua adalah si aa' gilang, dua orang ini yang banyak mempengaruhi perjalanan annisa dalam mengelola sego bontot mulai dari konsep, mulai dari target market dijual ke siapa, mekanismenya gimana, dua orang ini ialah orang yang banyak memberikan masukan dan banyak mempengaruhi sistematis dari usaha annisa khususnya sego bontot...*" (WCR2A35)

Subjek juga mendapatkan ilmu tentang wirausaha dari teman-teman beasiswanya.

"yo diajarin ambek temenku yang catering lainnya to.. anak kuliner CIMB juga km coba kalo misale pemasaranmu lewat o radio, lewat o koran kayak gitu.. emang kita iku awal e kudu bondo tapi pasti ngkuk impactnya yo ke kita yo ke usaha e kita se..memperluas jaringan trus yo.. memperbanyak karyawan..trus yo memperbanyak infest/aset diperbanyak koyok keperluan dapur," (WCR1A463)

Menurut data observasi yang peneliti dapatkan, subjek juga mendapatkan dukungan penuh dari keluarganya.

Lingkungan di rumahnya sangat mendukungnya dalam menjalankan wirausahanya. (OBS1A2)

Serta, subjek juga memiliki ruang wirausaha yang cukup untuk menjalankan usahanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ruang wirausaha subjek mendukung karena saat ini rumahnya sudah diperbesar/diperlebar beserta alat-alat untuk usahanya. Untuk usaha baju ningrumind sudah ada ruang produksi. Untuk sego bontot terdapat di dapur yang sudah diperbesar. (OBS1A3)

Gambar 4.2 Ruang Wirausaha ASR "Ningrumind" (DOK1A1)

b) Subjek 2

Berikut pemaparan subjek kedua juga didukung oleh keluarganya, serta subjek juga memiliki peluang lebih terhadap wirausahanya.

"*Kalau untuk orang tua sih mendukung, keluarga itu dukung, semuanya itu dukung untuk awalnya sih mereka biasa saja, mungkin kan mereka mikirnya, o.. paling ya jualan yasudahlah paling ya mencari sangu sendiri ya gapapa kan mandiri, tapi semakin lama mungkin kerasa efeknya jadi berpenghasilan sendiri, akhirnya bisa mengurusi semuanya dan segala macem, akhirnya orang tua juga mikir o..berarti kita juga harus support ini biar lebih maksimal, taunya itu juga karena keluarga itu juga mulai menaruh perhatian sama bisnis, jadi dulu awalnya kayak dianter2in pas ambil barang, kulak an, kan orang tua mau anterin pasti selalu care pasti selalu membantu sudah lama, itu daridulu,…"* (WCR1B404)

Selain itu juga diungkapkan oleh ibu subjek yang juga memang subjek didukung oleh keluarganya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"*Jadi istilahnya dia itu gak berdiri sendiri lah, bapak ibunya itu mendukung. Kalau capek dia tidur gak bisa ambil barang, saya sama bapaknya yang ambil barang biar semangat, gimana caranya kerjasama gitu lo...*" (WCR2B33)

Lalu, tante subjek juga ikut memaparkan bahwa memang subjek didukung penuh oleh keluarganya.

"Hmmm... kayak misalnya kayak... apa... kayak mau kulak an gitu lo kan ada yang mengantar, bapaknya yang mengantar kadang adiknya. Trus untuk packing kan semua sodara ibuknya, sama tante-tantenya gitu..." (WCR3B50)

Menurut data observasi yang peneliti dapatkan, subjek juga mendapatkan dukungan penuh dari keluarganya.

Lingkungan subjek sangat mendukung, dengan dukungan dari orang tua serta seluruh keluarganya yang selalu mensupport subjek hingga saat ini. (OBS1B2)

Serta, subjek juga memiliki ruang wirausaha yang cukup untuk menjalankan usahanya.

Ruang wirausaha subjek sangat mendukung untuk berwirausaha. Subjek mengontrak gudang untuk supply sepatunya. (OBS1B3)

Berikut foto yang peneliti dapatkan saat melakukan observasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.3 Ruang Gudang *Supply* Barang EW "Eproshop" (DOK1B2)

b. Faktor Internal Perilaku Inovatif

Faktor internal perilaku inovatif adalah terdapat dalam otak, dimana otak maksudnya ada dalam pikiran dan pemikiran seseorang. Dimana pikiran dan pemikiran itu mencakup:

a. Subjek 1

1) Persepsi

Adanya inovasi yang berasal dari diri seseorang akan mendorongnya mencari pemicu ke arah memulai dan mengembangkan usaha. Faktor internal yang mendorong inovasi subjek yang pertama adalah persepsi. Berikut pemaparan subjek pertama yang menunjukkan bahwa subjek memiliki persepsi mengenai usahanya.

"Kalo catering kan harga bahan sekarang muahal, kita kudu pinter-pinter ngatur kebutuhan ngunu iku lo, yo opo carane isok ngerem seperti itu, lek misale catering seperti itu. Lek misale baju iku koyok pinter-pinter kita cari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

desain, trus banting harga, kan gak semua orang suka, Cuma kita kudu positif ae, kudu optimis pasti laku, pasti orang suka." (WCR1A213) (Kalo *catering* kan harga bahan sekarang mahal, kita kudu pinter-pinter ngatur kebutuhan gitu itu lo, ya apa carannya bisa menekan biaya seperti itu, kalau misalnya *catering* seperti itu. Kalau misale baju itu seperti pintar-pintarnya kita cari *desain*, trus banting harga, kan gak semua orang suka, cuma kita harus positif aja, harus optimis pasti terjual, pasti orang suka.)

Selain itu menurut persepsi teman terdekat subjek, subjek termasuk orang yang kreatif, inovatif dan juga memperhatikan target marketnya.

"annisa itu dalam mengelola usahanya dia itu orang yang kreatif, inovatif dan juga memperhatikan target marketnya kepada siapa dia menjual produknya dan juga dia orang yang open terhadap orang-orang di sekitarnya dalam menerima masukan,..." (WCR2A60)

2) Emosi

Faktor internal yang mendorong inovasi subjek yang kedua adalah emosi. Berikut pemaparan subjek yang menunjukkan bahwa subjek memiliki emosi yang masih labil dan sempat putus asa dalam mengikuti program beasiswa.

"*searching* di internet kok ada beasiswa bisnis, *sebener e awal e iku aku gak mau, kan aku awal e trauma to soale perna ikut beasiswa trus gagal,..."* (WCR1A147)

Pemaparan yang dipaparkan oleh teman terdekat subjek bahwa subjek memiliki emosi yang labil dan tergantung oleh keadaan yang dialami subjek.

"dia itu ada dua sisi disaat sisi dimana dia itu optimal moodnya bagus, dia fit, dia sehat, dia pikirannya jernih, dia bisa membagi waktu antara usaha dan juga kuliahnya. Tapi ketika dia dalam kondisi drop, pikirannya penuh tekanan banyak masalah di kanan kiri, bla bla bla.... dia menjadi gupuh dan keteteran jadi itu semua tergantung kondisi gitu lo. Tapi overall sebenernya nisa itu orang yang bisa membagi waktu sangat sangat bisa, tetapi keadaan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sering memaksa dia sehingga dia kesulitan untuk membagi waktu seperti itu,..." (WCR2A162)

3) Konsep (Memori & Ilmu Pengetahuan)

Faktor-faktor internal yang mendorong inovasi, berikut pemaparan subjek pertama yang menunjukkan bahwa subjek memiliki konsep (memori & ilmu pengetahuan) terhadap wirausahanya dengan men*desain* sendiri usahanya.

"Iya desain sendiri, jadi kita itu bajunya modelnya bajunya polos trus kita seperti memanfaatkan celupan." (WCR1A109)
"kayak buat batik dulu itu kan dicelupkan, nah kita itu seperti itu, model e ngunu, desain dewe." (WCR1A114)
"Iya, kalau orang kan beli bahan, kalau kita kan beli bahan polosan tapi dicelup, trus desain bentuk e itu terserah kita." (WCR1A118)

Subjek juga memaparkan bahwa subjek memiliki cara untuk membungkus usaha kulinernya dengan daun pisang dan kertas minyak.

"Trus saat membungkus kita lebih memilih daun pisang dan kertas minyak, soale kita lebih manfaatin alam ngunu lo seng alami, trus penampilan iku yo bagus gitu kan, trus maringunu daun pisang iku lek di dalem iku isok merubah rasa ngunu lo, dadi lebih yo opo ngunu lo, lebih sedep kan. Trus maringunu lek kita pemasaran diluar ngunu kan. Jadi aku memposisikan aku juga sebagai pembeli, yo opo lek orang liat sret, yo opo orang liat itu biar tertarik kayak banner jadi waktu itu aku bondo dulu kan, bannerku tak apikno, dadi bannerku guwede trus tak tulis nasi iku bukan nasi bungkus, tp gimana cara e km nge brand usahamu sendiri, tiap orang yang jual iku kan nasi bungkus ngunu kan, tp mreka gak punya brand, sama usaha yang lain itu nasi bungkusku tak branding yaiku sego bontot tak banting harga dengan hargaku trus kualitas dari dalam nasi bungkusku, tak apik i pas promosi, jebret... guwede bannerku sego bontot 3.500 atau 10.000 dapet 3 koyok ngunu jadi pemasaranku seng bener2 tak gemborno, bah mreka mau jual lagi yang penting kan kita laku." (WCR1A230)
(Trus saat membungkus kita lebih memilih daun pisang dan kertas minyak, soalnya kita lebih memanfaatkan alam gitu lo yang alami, trus penampilan itu ya bagus gitu kan, trus setelah itu daun pisang itu kalau di dalam itu bisa merubah rasa gitu lo, jadi lebih ya apa gitu lo, lebih sedap kan. Trus setelah itu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kalau kita pemasaran diluar gitu kan. Jadi aku memposisikan aku juga sebagai pembeli, ya apa kalau orang liat sret, ya apa orang liat itu biar tertarik seperti *banner* jadi waktu itu aku modal dulu kan, bannerku tak bagusin, jadi bannerku besar trus tak tulis nasi iku bukan nasi bungkus, tp gimana caranya km nge *brand* usahamu sendiri, tiap orang yang jual itu kan nasi bungkus gitu kan, tp mreka gak punya *brand*, sama usaha yang lain itu nasi bungkusku tak *branding* yaitu sego bontot tak banting harga dengan hargaku trus kualitas dari dalam nasi bungkusku, tak bagusin pas promosi, taraaaa... besar bannerku sego bontot 3.500 atau 10.000 dapet 3 seperti itu jadi pemasaranku seng bener2 aku iklankan, terserah mreka mau jual lagi yang penting kan kita laku.)

Subjek memaparkan bahwa subjek tidak hanya berjualan nasi, terkadang juga berjualan kue.

"Kalo orderan iku pasti ada, bulan januari kemaren ada, cuman gak nasi bungkus. Aku kan gak jualan nasi bungkus tok, aku kan yo jualan kue nama e iku bontot kue. Kita yo bergerak nang makanan tradisional ngunu lo pe." (WCR1A351)
(Kalo orderan iku pasti ada, bulan januari kemaren ada, cuman gak nasi bungkus. Aku kan gak jualan nasi bungkus aja, aku kan ya jualan kue namanya itu bontot kue. Kita ya bergerak di makanan tradisional gitu lo pe.)

Berikut foto cara pengemasan usaha subjek.

Gambar 4.4 Pengemasan "Sego Bontot" (DOK1A2)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Motivasi/Tujuan

Faktor internal yang mendorong inovasi subjek yang keempat adalah motivasi/tujuan. Berikut pemaparan subjek pertama yang menunjukkan bahwa subjek memiliki motivasi beprestasi untuk mengikuti beasiswa.

"...trus aku ikut beasiswa..." (WCR1A125)

Subjek juga memaparkan bahwa subjek memiliki motivasi dan tujuan untuk membangun wirausahanya.

"Bener2 kekeh banget, soale opo yo... orang2 di keluargaku iku onok, opo yo bergerak di bidang yang positif, kan onok se keluarga seng (lapo se ngene2 iki nggarai soro ae), tp gak di keluargaku nggak, tapi malah mendukung ngunu lo... mamaku (yowes ayok).. seng masku yo ancen arek wirausaha juga, dadi koyok foto produk yo dek e seng ngatur." (WCR1A486)
(Bener2 kekeh banget, soalnya apa ya... orang2 di keluargaku itu ada, apa ya bergerak di bidang yang positif, kan ada se keluarga yang (ngapain se kayak gini, bikin susah aja), tp gak di keluargaku nggak, tapi malah mendukung gitu lo... mamaku (yawes ayo).. yang masku ya memang anak wirausaha juga, jadi seperti foto produk ya dia yang ngatur.)

Selain itu, teman terdekat subjek juga memaparkan bahwa subjek orang yang gigih dan orang yang tatak.

"Nisa orang yang gigih, orang yang tatak juga jadi dalam usaha itu emang harus sabar dan kuat, kalau gagal ya bangkit lagi, gagal ya bangkit lagi karena untuk bisa mendapatkan kepercayaan konsumen kita harus terus-terusan berkembang dalam memberikan pelayanan juga memberikan kualitas produk kita yang terbaik dan itu ada sama dirinya nisa." (WCR2A82)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut data subjek dalam keikutsertaannya mengikuti beasiswa CIMB Niaga.

Gambar 4.5 Penerima BUTIK CIMB NIAGA 2015 (DOK1A3)

Temuan Tambahan

Subjek memaparkan bahwa subjek membuka usahanya sejak tahun 2015.

"Awal buka bulan maret tahun 2015," (WCR1A124)

Berdasarkan lamanya dalam membuka wirausaha, subjek memaparkan bahwa melakukan dengan mencari *outlet* untuk membuka usahanya.

"ini masih ada tapi masih proses negosiasi di daerah tanggulangin." (WCR1A132)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teman terdekat subjek juga memaparkan bahwa subjek yang masih berstatus mahasiswa aktif.

"statusnya sebagai mahasiswa seperti itu seh," (WCR2A146)

Subjek memaparkan pendapatan subjek dari mendapatkan order dari telkom.

"Tapi orderan e itu yo cuma order berupa pesanan, waktu itu orderan dari telkom itu sarapan sebanyak 500 bungkus, jadi mesti ada orderan. Kalo ningrum itu baru 2016 kemaren kok perkiraan setelah bulan puasa, sekitar november/oktober, september 2016." (WCR1A137)

Subjek memaparkan bahwa subjek mendapatkan beasiswa dari bank CIMB dan Kemendikbud.

"Itu dibagi anak 40, tapi perbulan itu aku nerima uang jajan itu 850rb/bulan, itu luar jabodetabek, lek jabodetabek iku nerima 1juta, lah kan kebutuhan dsana lebih banyak se, jadi kita cuma dapet 850rb. Wes alhamdulillah lah, trus biaya spp dapet dari kemendikbud." (WCR1A225)

b. Subjek 2

1) Persepsi

Adanya inovasi yang berasal dari diri seseorang akan mendorongnya mencari pemicu ke arah memulai dan mengembangkan usaha. Faktor internal yang mendorong inovasi subjek yang kedua adalah persepsi. Berikut pemaparan subjek yang menunjukkan bahwa subjek memiliki persepsi mengenai usahanya. Subjek kedua juga memaparkan bahwa dari segi *financial* itu penting dan merupakan sebuah prestasi tersendiri.

"Kalo dulu itu lebih ke secara financial se emang gak bisa bohong sama uang, uang dalam artian ya istilahnya kan.. emm.. bukan orang kaya, maksudnya kan.. kebutuhan kan kita tetep butuh, apalagi kan misalnya kita kan pasti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai remaja kan bergaul sama orang lain maksudnya punya temen banyak kan, kita punya kehidupan sosial, kita kan pasti membutuhkan benda2 untuk bersosial itu kan, bukan iri, misalnya kita hangout sama temen kita gak punya uang, terus kalo misal minta ke orang tua juga ya ya apa ya.. mungkin waktu usia segitu dulu itu masih mikirnya nyari uang sendiri memang.. misalnya keluar sama orang lain kalo bisa pake uangnya sendiri uda gak menggantungkan orang tua, ya kalo bisa memberi ke orang tua,...” (WCR1B163)

Subjek memaparkan persepsi subjek tentang uang itu menjadi sebuah kebutuhan.

“uang itu menjadi sebuah kebutuhan, maksudnya setelah kita memberi orang tua uang dengan usaha kita, masak tiba2 bisnis itu berhenti, kan gak mungkin kan akhirnya dilanjutkan, itu yang pertama, jadi bisnis ini juga suatu pekerjaan, pekerjaan orang profesional pada umumnya yang memberi nafkah pada keluarga, kayak gitu, jadi kayak bekerja, istilahnya sudah menjadi sumber dana masukan untuk keluarga” (WCR1B239)

Subjek juga memaparkan bahwa berjualan menurutnya sebuah prestasi tersendiri.

“...menjual suatu produk trus dibeli sama orang itu kayak suatu prestasi yang berbeda..jadi kita bisa memasarkan suatu produk orang tertarik orang mau beli dari dulu.. tapi lebih arahnya gak ke uangnya kayak ke seneng jualan laku gitu kan, waktu menjelang lulus sma..kuliah kepikiran untuk buka usaha tapi usaha apa yo dijalani dari awal itu, dari hal2 yang kecil dan itu memang kebutuhan secara financial, dari kecil itu diajarin kalo misalnya mau beli apa2 itu lebih baik pake uangnya sendiri, maksudnya tidak memaksakan sesuatu harus orang tua yang membelikan karena orang tua memang kondisi ekonominya itu menengah, maksudnya ya untuk apa gitu membeli barang2 yang gak berguna, maksudnya untuk orang2 yang menengah kan lebih baik buat hal2 yang lebih penting daripada buat beli2 hal yang gak penting...” (WCR1B190)

2) Emosi

Faktor internal yang mendorong inovasi subjek yang kedua adalah emosi. Berikut pemaparan subjek yang menunjukkan bahwa subjek memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

emosi yang masih labil dan sempat putus asa dalam mengikuti program beasiswa. Subjek memaparkan dengan emosi yang berambisi tinggi terhadap usahanya.

"Kan setiap perkembangan itu mengalami naik turun kan, trus setelah itu aaa...kan apalagi banyak barang2 yang lama berkembang, dan gak semua pengrajin itu bisa mengerjakan, akhirnya cari2 pengrajin lagi, terus kayak gitu sampek sekarang." (WCR1B76)

Subjek juga memaparkan meskipun dalam pengelolaan wirausaha dengan *app* itu tidak mudah, subjek tetap melakukannya walau gagal pada akhirnya.

"Trus rencana pingin ke app sebenernya sudah pesen app tapi dari google itu lama acceptnya, jadi kayak nge acc akun dari playstore itu lama, kemaren gagal. Website wes punya, appstore kemaren sudah diusahakan dari pihak googlenya lama, akhirnya pihak yang ngurus itu akhirnya menyerah soalnya dia sudah mendaftarkan banyak onlineshop kan tapi karena banyak yang belum di acc dari google akhirnya gak jadi." (WCR1B133)

Selain itu, ibu subjek juga mengatakan bahwa subjek memiliki ambisi tinggi.

"Iya, ya juga semangat, semangatnya besar itu, ambisi. Ya alhamdulillah lah mbak ya, sekarang sudah banyak kemajuan." (WCR2B138)

Subjek memaparkan, subjek sempat usahanya tidak terurus karena kondisi dan kesibukan kuliahnya.

"sebelumnya sempet down karena kondisi kan juga harus sibuk kuliah terus onlineshop juga gak keurus trus sempet bangkit lagi itu karena kompetisi di bidang usahanya kan sekarang kan banyak, maksudnya banyak yang kayak kita jualan gitu kan, trus kan banyak pesaing, banyak kompetitor2 yang lebih maju daripada kita jadi karena mereka kita juga kayak lebih termotivasi misalnya seperti loh.. mereka lo bisa kenapa kita gak, kan kita kan udah membangun usaha yang sama dengan dia, maksudnya lama..jadi terinspirasi dari orang lain" (WCR1B306)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ibu subjek juga memaparkan bahwa subjek juga terkadang kecapekan karena menjalankan usahanya dan kuliahnya.

"Kalau waktu kuliah dia belum bangun, (aku capek gini gini gini...)" (WCR2B85)

3) Konsep (Memori & Ilmu Pengetahuan)

Faktor-faktor internal yang mendorong inovasi, berikut pemaparan subjek kedua yang menunjukkan bahwa subjek memiliki konsep (memori & ilmu pengetahuan) berwirausaha sejak dahulu.

"gak tau kenapa ya, kayak lebih suka aja jualan daridulu, maksudnya menjual suatu produk trus dibeli sama orang...jadi kita bisa memasarkan suatu produk orang tertarik orang mau beli dari dulu.. tapi lebih arahnya gak ke uangnya kayak ke seneng jualan laku gitu kan, waktu menjelang lulus sma..kuliah kepikiran untuk buka usaha tapi usaha apa yo dijalani dari awal itu, dari hal2 yang kecil dan itu memang kebutuhan secara financial, dari kecil itu diajarin kalo misalnya mau beli apa2 itu lebih baik pake uangnya sendiri, maksudnya tidak memaksakan sesuatu harus orang tua yang membelikan karena orang tua memang kondisi ekonominya itu menengah, maksudnya ya untuk apa gitu membeli barang2 yang gak berguna, maksudnya untuk orang2 yang menengah kan lebih baik buat hal2 yang lebih penting daripada buat beli2 hal yang gak penting," (WCR1B190)

4) Motivasi/Tujuan

Faktor internal yang mendorong inovasi subjek yang keempat adalah motivasi/tujuan. Berikut pemaparan subjek kedua memiliki motivasi/tujuan mendirikan usaha dalam hal *finansial* untuk kehidupannya dan untuk membahagiakan kedua orang tuanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Kalo dulu itu lebih ke secara finansial se emang gak bisa bohong sama uang, uang dalam artian ya istilahnya kan.. emm.. bukan orang kaya, maksudnya kan.. kebutuhan kan kita tetep butuh, apalagi kan misalnya kita kan pasti sebagai remaja kan bergaul sama orang lain maksudnya punya temen banyak kan, kita punya kehidupan sosial, kita kan pasti membutuhkan benda2 untuk bersosial itu kan, bukan iri, misalnya kita hangout sama temen kita gak punya uang, terus kalo misal minta ke orang tua juga ya ya apa ya.. mungkin waktu usia segitu dulu itu masih mikirnya nyari uang sendiri memang.. misalnya keluar sama orang lain kalo bisa pake uangnya sendiri uda gak menggantungkan orang tua, ya kalo bisa memberi ke orang tua," (WCR1B163)

Subjek juga memaparkan bahwa subjek termotivasi untuk terus meningkatkan tabungan.

"akhirnya dari sana termotivasi terus untuk meningkatkan tabungan..aa..naa.. itu yang pertama, meningkatkan tabungan akhirnya kerja keras sudah punya uang sendiri, akhirnya bisa beli barang2 sendiri, bisa beli hp sendiri, pokoknya sudah bisa beli apa2 sendiri dan alhamdulillah itu bisa ngasih orang tua, bisa lepas, sudah gak disangoni orang tua, kuliah ya bayar sendiri, pokoknya semuanya itu bayar sendiri, akhirnya bisa nyicil motor sendiri" (WCR1B223)

Subjek memaparkan bahwa ia memiliki motivasi/tujuan untuk membahagiakan kedua orang tuanya.

"itu kan bisa menjadi motivasi kan bisa melihat orang tua bangga kalau misalnya anaknya itu belum lulus kuliah tapi sudah bisa memenuhi sedikit keinginan orang tuanya, ya hal2 kecil ya gak besar pengen beli ini..pengen beli itu..pengen jalan2 kemana kan sudah bisa ngajak kan, kan bukan mereka lagi yang bayarin." (WCR1B256)

Subjek juga memaparkan bahwa dia memiliki motivasi tinggi dari teman-teman *onlineshop*nya.

"kita juga punya komunitas untuk onlineshop jadi satu sama lain itu sharing, kalo misalnya liat temen2 istilahnya kayak..a... udah bisa cerita kayak misalnya terlibat dalam acara bakti sosial bareng2, mereka juga punya hasil dari kerja mereka, kayak misalnya mereka menikah, mereka bisa membeli

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rumah sendiri, bisa membeli mobil sendiri, mereka bisa membanggakan orang tuanya entah mereka ada yang umroh atau gimana kan kita ngeliat kan ngeliat orang kayak pengen rek kayak gitu juga akhirnya dari situ termotivasi lagi, yang paling susah itu sebenernya mempertahankan sesuatu, awalnya gitu, jadi motivasinya dari temen2." (WCR1B324)

Selain itu, ibu subjek memaparkan motivasi subjek tinggi, karena subjek juga ingin bersekolah dan memajukan usahanya.

"Kedua-duanya katanya, aku sekolah juga harus, memajukan usahanya juga harus." (WCR2B123)

Mbak subjek juga memaparkan bahwa tujuan/motivasi subjek sudah ada yang terkabulkan.

"*Trus mobilnya baru, trus juga bisa beli mobil. Bisa kontrak gudang baru yang lebih besar."* (WCR3B130)

Temuan Tambahan

Berdasarkan lamanya membangun usaha, subjek memaparkan keuntungan subjek perbulan saat ini sekitar 10-15juta/bulan.

"Paling kalau keuntungan bersih itu 1 bulan naik turun ya masih stabil lah, kira2 10-15juta/bulan." (WCR1B904)

Selain itu, subjek juga memaparkan bahwa omset subjek sekitar 40-50juta.

"tak ambil rata2 ae, paling untuk omset itu sekitar 40-50juta." (WCR1B907)

Subjek juga memaparkan bahwa subjek menjalankan usahanya sudah sekitar 4tahun-an.

"Itu sejak 2000...mulai semester 1, eh semester 2, 2013 akhir kalo gak salah, ya jalan 4 tahun." (WCR1A92)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Subjek memaparkan bahwa subjek mengatur waktu antara kuliah dan usahanya secara *fifty-fifty*.

"Untk cara mengatur itu sebenernya gampang, tergantung dirinya itu gimana, kalau aku ya cara ngaturnya itu kayak gini, misalnya tahun ini, semester ini aku letakin usahaku 50% kuliahku 50%" (WCR1B914)

Ibu subjek memaparkan bahwa subjek terkadang bisa untuk membagi waktu antara kuliah dan usahanya.

"Ya kadang-kadang ya bisa, ya kadang-kadang ya gitu itu tadi mbak, keluarga harus dukung." (WCR2B72)

Mbak subjek memaparkan bahwa subjek bisa membagi waktunya, tetapi terkadang kecapaian dalam menjalankan usahanya.

"Mungkin dia sekolahnya ya, sekolahnya mungkin kayak skripsi-skripsinya tertunda lah, intinya seperti itu... trus kuliahnya ya kadang-kadang bolos." (WCR3B82)
"Kayaknya se dia kecapaian trus sakit, soalnya kan waktunya dibagi." (WCR3B90)
"Bisa, bisa sih... tapi ya itu tadi maksudnya kayak... kan dia mengerjakan tugasnya kan sampai malem-malem sampai larut malam akhirnya kan seperti itu, maksudnya." (WCR3B96)

Ibu subjek juga memaparkan bahwa subjek masih bersekolah (mahasiswa aktif).

"Iya lah membantu, kalau ndak gitu ya kasian mbak, kan masih sekolah." (WCR2B115)

Selain itu, ibu subjek juga memaparkan bahwa subjek mulai berjualan mulai lulus SMA.

"Mulai lulus SMA itu." (WCR2B130)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ibu subjek juga memaparkan bahwa berjualan itu tidak hanya untung saja, tetapi juga terkadang memiliki kerugian berupa *refund* (pengembalian uang).

"Iya, kan pelanggan itu kan ada yang sabar ada yang ndak. Kalau ndak sabar ya minta di refund aja. Komennya ndak enak-enak gitu langsung di refund." (WCR2B63)

C. Analisis Temuan Penelitian

Berdasarkan temuan dilapangan terkait perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha, dapat digambarkan berdasarkan empat pertanyaan penelitian atau fokus penelitian temuan berikut ini:

A. Subyek Pertama

1) Gambaran komponen perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha

Gambaran komponen perilaku inovatif pada subyek umumnya berkaitan dengan *opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing*, dan *aplication.*

a. *Opportunity Exploration*

Pada subjek pertama, subjek banyak mempelajari atau mengetahui lebih banyak tentang peluang untuk berinovasi dengan memanfaatkan *skill* dari seluruh keluarganya (WCR1A17). Subjek juga memaparkan untuk selalu melihat kompetitor dalam menjalankan usahanya (WCR1A366). Subjek juga memaparkan bahwa subjek masih belajar dan terus belajar untuk membuat jaringan web (WCR1A401). Teman terdekat subjek juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memaparkan subjek ingin mengelola cafe yang dia miliki sendiri (WCR2B15) dan (WCR2B50).

b. *Generativity*

Pada subjek pertama, subjek banyak mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan dengan menjual harga terjangkau ide ini didapatkan dari mas subjek bukan ide yang subjek miliki sendiri (WCR1A44).

c. *Formative Investigation*

Pada subjek pertama, subjek memberikan perhatian untuk menyempurnakan ide, solusi, opini dan coba untuk menginvestigasikannya dengan melakukan sistem *marketing* yang menurut subjek penting (WCR1A59). Subjek juga mengelola dalam pengemasan dan isi dalam takaran "Sego Bontot" yang akan dijualnya (WCR1A285), dan (WCR1A339).

d. *Championing*

Pada subjek pertama, subjek melakukan praktek-praktek usaha untuk merealisasikan ide-ide dengan membuka *stand* (WCR1A65). Subjek juga memasarkan dengan media sosial, dan *mouth to mouth* (WCR1A381). Subjek juga pernah mengikuti bazar dengan mempercantik kemasan untuk menarik pembeli (WCR1A422). Selain itu, subjek juga memperbanyak jaringan serta karyawan (WCR1A457).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. *Aplication*

Pada subjek pertama, subjek mencoba untuk mengembangkan, menguji coba, dan mengkomersilkan ide-ide inovatif dengan setiap harinya selalu bertambah pembelinya dengan menggunakan cara *take and gift* (WCR1A69). Subjek juga menambahkan menu dalam usahanya (WCR1A437).

2) Faktor Perilaku Inovatif

Faktor perilaku inovatif pada subyek umumnya berkaitan dengan faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal pada subyek adalah karena lingkungan. Sedangkan faktor internal terdapat di dalam otak lalu terbentuklah pikiran dan pemikiran seperti persepsi, emosi, konsep (memori & ilmu pengetahuan dan motivasi/tujuan.

a. Lingkungan

Pada subyek pertama, subyek merasa mendapatkan dukungan dari keluarganya, subjek merasa tidak hanya mendapatkan dukungan saja tetapi subjek juga mendapatkan bantuan dari semua anggota keluarganya (WCR1A307), (WCR1A503), serta subjek juga mendapatkan ilmu dari teman-teman beasiswanya (WCR1A463). Menurut data observasi peneliti memang subjek juga mendapatkan dukungan penuh dari keluarganya (OBS1A2).

b. Persepsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Subyek memiliki persepsi bahwa dalam menjalankan usaha *catering* harus pinter untuk mengatur kebutuhan serta selalu untuk berpikir positif (WCR1A213). Selain itu, persepsi dari teman subjek juga mengatakan bahwa subjek termasuk orang yang kreatif, inovatif dan juga memperhatikan target marketnya (WCR2A60).

c. Emosi

Subjek subjek memiliki emosi yang masih labil dan sempat putus asa dalam mengikuti program beasiswa (WCR1A147). Selain itu, teman terdekat subjek memaparkan bahwa subjek memiliki emosi yang labil dan tergantung oleh keadaan yang dialami subjek (WCR2A162).

d. Konsep (Memori & Ilmu Pengetahuan)

Subjek memiliki konsep dalam usahanya untuk men*desain* sendiri modelnya (WCR1A109), (WCR1A114) dan (WCR1A118). Subjek juga memiliki cara untuk membungkus usaha kulinernya dengan daun pisang dan kertas minyak (WCR1A230)

e. Motivasi/Tujuan

Subjek merasa termotivasi untuk mengikuti beasiswa dari Bank CIMB (WCR1A125). Selain itu, subjek juga memiliki motivasi dan tujuan untuk membangun wirausahanya karena keluarga subjek yang memang memiliki pemikiran positif (WCR1A486). Teman terdekat subjek juga memaparkan bahwa, subjek juga orang yang gigih dan orang yang tatak (WCR2A82).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B.Subjek 2

1) Gambaran komponen perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha

Gambaran komponen perilaku inovatif pada subyek umumnya berkaitan dengan *opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing,* dan *aplication.*

a. Opportunity Exploration

Pada subjek kedua, subjek banyak mempelajari atau mengetahui lebih banyak tentang peluang untuk berinovasi dengan memanfaatkan *skill* menjadi *reseller* dahulu lalu berkembang menjadi *supplier* (WCR1B28). Subjek juga melakukan promosi yang subjek lakukan adalah bermain dengan sosial media (WCR1B345). Ibu subjek juga memaparkan bahwa subjek awalnya mengambil beberapa sepatu untuk dipasarkan (WCR2B6).

b. Generativity

Pada subjek kedua, subjek yang mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan dengan mencari pengrajin (WCR1B47). Subjek juga mengunggulkan produk, kualitas produk, dan desain produk (WCR1B454), (WCR1B486), dan (WCR1B852). Untuk jangka panjang subjek juga ingin mengembangkan bisnisnya dengan membuat *home industry* (WCR1B545).

c. Formative Investigation

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada subjek kedua, subjek telah memberikan perhatian untuk menyempurnakan ide, solusi, opini dan coba untuk menginvestigasikannya dengan membuat sendiri dengan mencari bahan sendiri dan di *desain* sendiri (WCR1B60). Subjek juga sudah berusaha dengan menanyakan untuk pembuatan CV, NPWP bahkan subjek rencana untuk menanyakan kepada bisnis konsultan (WCR1B568). Subjek juga selalu belajar agar mengikuti perkembangan jaman dengan berbagai sistem media sosial (WCR1B642). Selain itu, ibu subjek juga memaparkan bahwa semua yang menyempurnakan ide adalah subjek sendiri, hanya subjek mendapatkan dukungan dari keluarganya (WCR2B103).

d. Championing

Pada subjek kedua, subjek melakukan praktek-praktek usaha untuk merealisasikan ide-ide dengan menyerahkan usahanya kepada pengrajin (WCR1B70). Subjek juga memikirkan untuk mempersiapkan sumber daya manusia untuk *home industry* (WCR1B710), (WCR1B781), (WCR1B801), dan (WCR1B837). Subjek kedua dalam melakukan pelayanan terhadap *customer*nya juga melakukannya dengan menambahkan admin dalam usahanya (WCR1B104). Selain itu informan ketiga subjek juga menjelaskan bahwa saat ini subjek sudah memiliki gudang sendiri, lalu subjek juga mengikuti bazar (WCR3B119). Menurut observasi peneliti, subjek juga membuat bazar di mall-mall (OBS1B5) .

e. Aplication

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada subjek kedua, subjek mencoba untuk mengembangkan, menguji coba, dan mengkomersilkan ide-ide inovatif dengan mencoba untuk mengatur stok (WCR1B117). Subjek juga melakukan pembaruan produk, *desain*, model, dan subjek juga melakukan memasarkan dengan membuka bazar (WCR1B493).

2) Faktor Perilaku Inovatif

Faktor perilaku inovatif pada subyek umumnya berkaitan dengan faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal pada subyek adalah karena lingkungan. Sedangkan faktor internal terdapat di dalam otak lalu terbentuklah pikiran dan pemikiran seperti persepsi, emosi, konsep (memori & ilmu pengetahuan dan motivasi/tujuan.

a. Lingkungan

Pada subyek kedua, subyek merasa mendapatkan dukungan dari keluarganya, serta subjek juga memiliki peluang lebih terhadap wirausahanya (WCR1B404). Selain itu juga diungkapkan oleh ibu subjek yang juga memang subjek didukung oleh keluarganya (WCR2B33). Lalu, tante subjek juga ikut memaparkan bahwa memang subjek didukung penuh oleh keluarganya (WCR3B50). Menurut data observasi yang peneliti dapatkan, subjek juga mendapatkan dukungan penuh dari keluarganya (OBS1B2). Serta, subjek juga memiliki ruang wirausaha yang cukup untuk menjalankan usahanya (OBS1B3).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Persepsi

Pada subjek kedua, menurutnya dari segi *financial* itu penting dan merupakan sebuah prestasi tersendiri (WCR1B163). Subjek memaparkan persepsi subjek tentang uang itu menjadi sebuah kebutuhan (WCR1B239). Subjek juga memaparkan bahwa berjualan menurutnya sebuah prestasi tersendiri (WCR1B190).

c. Emosi

Pada subjek kedua, dengan emosi adalah yang berambisi tinggi terhadap usahanya (WCR1B76). Subjek juga dalam melakukan pengelolaan wirausaha dengan *app* itu tidak mudah, subjek tetap melakukannya walau gagal pada akhirnya (WCR1B133). Selain itu, ibu subjek juga menilai bahwa subjek memiliki ambisi tinggi (WCR2B138). Subjek juga sempat usahanya tidak terurus karena kondisi dan kesibukan kuliahnya (WCR1B306). Ibu subjek juga memaparkan bahwa subjek juga terkadang kecapekan karena menjalankan usahanya dan kuliahnya (WCR2B85).

d. Konsep (Memori & Ilmu Pengetahuan)

Pada subjek kedua, subjek memiliki konsep (memori & ilmu pengetahuan) berwirausaha sejak dahulu (WCR1B190). Subjek kedua dalam melakukan pelayanan terhadap *customer*nya juga melakukannya dengan menambahkan admin dalam usahanya (WCR1B104). Selain itu informan ketiga subjek juga menjelaskan bahwa saat ini subjek sudah memiliki gudang sendiri, lalu subjek juga mengikuti bazar (WCR3B119). Peneliti juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan observasi kepada subjek saat subjek mengikuti bazar di mall, saat itu bazar terjadi di Royal Plaza Surabaya (OBS1B5).

e. Motivasi/Tujuan

Pada subjek kedua, subjek kedua memiliki motivasi/tujuan mendirikan usaha dalam hal *finansial* untuk kehidupannya dan untuk membahagiakan kedua orang tuanya (WCR1B163), (WCR1B256). Subjek juga termotivasi untuk terus meningkatkan tabungan (WCR1B223). Subjek juga memiliki motivasi tinggi dari teman-teman *onlineshop*nya (WCR1B324). Selain itu, ibu subjek memaparkan motivasi subjek tinggi, karena subjek juga ingin bersekolah dan memajukan usahanya (WCR2B123). Mbak subjek juga memaparkan bahwa tujuan/motivasi subjek sudah ada yang terkabulkan (WCR3B130).

D. Pembahasan

Perilaku inovatif merupakan kemampuan/tindakan individu melakukan perubahan sebagai tindakan untuk menciptakan, memperkenalkan, mengaplikasikan dan mengadopsi ide baru serta cara kerja dalam bentuk mengadopsi prosedur, praktek dan teknik kerja yang baru dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaanya. Maka gambaran perilaku inovatif pada subjek pertama dan kedua adalah kedua subjek melakukan perubahan sebagai tindakan untuk menciptakan wirausaha yang dibangun sendiri, memperkenalkan dan menciptakan *brand* sendiri dalam wirausahanya, mengaplikasikan dan mengadopsi ide baru dari wirausahanya untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengembangkan sehingga menjadi wirausaha yang berbeda dari wirausaha lainnya, serta melakukan praktek dan teknik kerja yang baru secara *offline* (membuka *stand/outlet*) dan *online* (dengan media sosial) untuk memajukan usahanya.

Dalam teori Kleysen & Street (dalam Kresnandito & Fajrianthi, 2012) terdapat lima komponen dalam perilaku inovatif, serta menurut Koutstaal & Binks (2015) faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif. Berdasarkan hasil analisis yang dibahas pada bab sebelumnya, pembahasan ini mengenai hasil analisis dari perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha dengan membandingkan teori pada bab sebelumnya. Pada bab analisis data telah menggambarkan hasil analisis dari masing-masing pertanyaan penelitian. Berikut ini pembahasan dari hasil analisis data kedua subjek.

1. Komponen Perilaku Inovatif

Perilaku inovatif merupakan kemampuan/tindakan individu melakukan perubahan sebagai tindakan untuk menciptakan, memperkenalkan, mengaplikasikan dan mengadopsi ide baru serta cara kerja dalam bentuk mengadopsi prosedur, praktek dan teknik kerja yang baru dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaanya. Perilaku inovatif berkaitan dengan komponen perilaku inovatif, yang termasuk komponen perilaku inovatif adalah *opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing*, dan *application.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komponen perilaku inovatif pada kedua subjek umumnya relatif sama berkaitan dengan *opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing,* dan *application.*

Opportunity exploration pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama memanfaatkan *skill.* Pada subjek pertama lebih memanfaatkan *skill* dari seluruh keluarganya, serta selalu melihat kompetitor dalam menjalankan usahanya. Sedangkan pada subjek kedua dengan memanfaatkan *skill* menjadi *reseller* dahulu lalu berkembang menjadi *supplier*, serta bermain dengan sosial media.

Generativity pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama menjual dengan harga yang terjangkau, tetapi pada subjek pertama mendapatkan ide ini dari mas kandungnya, sehingga pada subjek pertama tidak terdapat komponen ini. Subjek banyak mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan dengan menjual produk harga terjangkau.

Formative Investigation pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama melakukan penataan dalam usahanya, hanya saja berbeda dalam hal usahanya. Pada subjek pertama usahanya adalah kuliner, maka subjek mengelola dalam pengemasan dan isi dalam takaran yang akan dijualnya. Sedangkan pada subjek kedua, usahanya adalah *fashion retail* maka dengan membuat sendiri, mencari bahan sendiri dan di *desain* sendiri. Subjek kedua juga selalu belajar agar mengikuti perkembangan jaman dengan berbagai sistem media sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Championing pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama membuka stand dengan mengikuti bazar.

Aplication pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama menambahkan pembaruan ide pada usahanya. Pada subjek pertama, subjek menu dalam usahanya. Sedangkan pada subjek kedua, subjek juga melakukan pembaruan produk, *desain*, model.

2. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Inovatif

Sedangkan faktor perilaku inovatif pada menurut Koutstaal & Binks, (2015) disebabkan karena faktor lingkungan, otak, pikiran dan pemikiran dimana pikiran dan pemikiran mencakup lebih dari memori dan pengetahuan; pada penginderaan, perasaan, niat dan motivasi untuk tindakan; kemudian merujuk pada empat konstituen itu dari pemikiran sebagai konsep, persepsi (proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera), emosi, dan motivasi/tujuan.

Faktor lingkungan, pada kedua subjek subjek relatif sama yaitu sama-sama mendapatkan dukungan dari keluarganya.

Persepsi, pada kedua subjek subjek relatif sama yaitu sama-sama memiliki persepsi positif. Pada subyek pertama, subjek memiliki persepsi bahwa dalam menjalankan usaha *catering* harus pinter untuk mengatur kebutuhan serta selalu untuk berpikir positif. Sedangkan pada subjek kedua, menurutnya dari segi *financial* itu penting dan merupakan sebuah prestasi tersendiri. Subjek kedua juga memiliki persepsi tentang uang itu menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebuah kebutuhan. Serta, subjek kedua juga memiliki persepsi bahwa berjualan menurutnya sebuah prestasi tersendiri.

Emosi, pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama memiliki emosi yang sempat terganggu karena kondisi subjek. Pada subjek pertama, subjek memiliki emosi yang masih labil dan sempat putus asa dalam mengikuti program beasiswa. Selain itu, teman terdekat subjek pertama memaparkan bahwa subjek memiliki emosi yang labil dan tergantung oleh keadaan yang dialami subjek. Sedangkan pada subjek kedua, subjek kedua dengan emosi adalah yang berambisi tinggi terhadap usahanya. Subjek tetap melakukannya walau gagal pada akhirnya. Selain itu, ibu subjek juga menilai bahwa subjek memiliki ambisi tinggi. Subjek juga sempat usahanya tidak terurus karena kondisi dan kesibukan kuliahnya.

Konsep (memori & ilmu pengetahuan), pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama memiliki konsep dalam usahanya untuk men*desain* sendiri modelnya.

Motivasi/Tujuan, pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama memiliki motivasi/tujuan yang tinggi. Pada subjek pertama, subjek termotivasi untuk mengikuti beasiswa dari Bank CIMB. Selain itu, subjek juga memiliki motivasi dan tujuan untuk membangun wirausahanya karena keluarga subjek yang memang memiliki pemikiran positif. Teman terdekat subjek juga memaparkan bahwa, subjek juga orang yang gigih dan orang yang tatak. Sedangkan pada subjek kedua, subjek kedua memiliki motivasi/tujuan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendirikan usaha dalam hal *finansial* untuk kehidupannya dan untuk membahagiakan kedua orang tuanya. Subjek juga termotivasi untuk terus meningkatkan tabungan. Subjek juga memiliki motivasi tinggi dari teman-teman *onlineshop*nya. Selain itu, ibu subjek memaparkan motivasi subjek tinggi, karena subjek juga ingin bersekolah dan memajukan usahanya. Mbak subjek juga memaparkan bahwa tujuan/motivasi subjek sudah ada yang terkabulkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id