

## ABSTRAK

*Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai derajat kemampuan entrepreneurship pada penjual produk handmade melalui online shop. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan teknik pengambilan data survei yaitu metode penelitian yang dilakukan untuk mencari keterangan-keterangan secara faktual mengenai kemampuan entrepreneurship penjual produk handmade melalui online shop. Subjek penelitian ini adalah penjual produk handmade melalui online shop. Pemilihan sampel ditentukan dengan menggunakan purposive sampling dan diperoleh 44 orang penjual produk handmade melalui online shop.*

*Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disusun oleh peneliti berdasarkan teori Entrepreneurship dari Hisrich dan Peters (2002), kuesioner tersebut terdiri dari 45 item. Berdasarkan uji validitas dan realibilitas dengan menggunakan program SPSS 14.0 didapatkan validitas berkisar antara 0.316 – 0.601 dan reliabilitas diperoleh sebesar 0.864.*

*Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti memperoleh data bahwa terdapat 77,27% penjual yang memiliki kemampuan entrepreneurship tinggi dan 22,73% penjual memiliki kemampuan entrepreneurship rendah. Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan entrepreneurship pada penjual produk handmade melalui online shop terdapat perbedaan antara kemampuan entrepreneurship tinggi dan kemampuan entrepreneurship rendah. Penjual produk handmade melalui online shop yang memiliki derajat kemampuan entrepreneurship tinggi cenderung memiliki derajat yang tinggi pula dalam aspek tujuan yang dimiliki, kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru, kesediaan untuk meluangkan waktu dan bekerja keras, dan keberanian dalam mengambil resiko. Begitu pula dengan penjual produk handmade melalui online shop yang memiliki derajat kemampuan entrepreneurship yang rendah cenderung memiliki derajat yang tinggi pada aspek tujuan yang dimiliki dan kesediaannya meluangkan waktu untuk bekerja keras namun memiliki derajat yang rendah pada aspek kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan pengambilan resiko. Faktor minat dan dukungan orang-orang terdekat mempunyai peranan dalam menentukan derajat kemampuan entrepreneurship.*

*Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan saran untuk dilakukan penelitian lanjutan mengenai pengambilan sampel yang lebih spesifik seperti berdasarkan profesi tertentu untuk melihat kemampuan entrepreneurship dan sejauhmana faktor ekonomi dan pendidikan mempengaruhi kemampuan entrepreneurship penjual.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.3.1 Maksud Penelitian .....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	11
1.5 Kerangka Pemikiran .....	11
1.6 Asumsi .....	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	19
2.1 <i>Entrepreneurship</i> .....	19
2.1.1 Definisi <i>Entrepreneurship</i> .....	19
2.1.2 Aspek <i>Entrepreneurship</i> .....	19
2.1.2.1 <i>Creating Something New</i> .....	20
2.1.2.2 <i>Devotion of The Necessary Time and Effort</i> .....	20
2.1.2.3 <i>Taking Risk</i> .....	20
2.1.2.4 <i>Involves The Reward</i> .....	20
2.1.3 Derajat <i>Entrepreneurship</i> .....	21
2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Entrepreneurship</i> .....	22
2.1.5 Keuntungan dari <i>Entrepreneurship</i> .....	23
2.2 <i>E-commerce</i> .....	24
2.2.1 Memulai Perusahaan <i>E-commerce</i> .....	25
2.2.2 <i>Website</i> .....	27
2.2.3 Menjalankan <i>E-commerce</i> Sebagai Perusahaan Perintis .....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	32
3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian .....	32
3.2 Bagan Rancangan Penelitian .....	32
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.3.1 Variabel Penelitian .....	33
3.3.2 Definisi Konseptual .....	33
3.3.3 Definisi Operasional .....	33

3.4 Alat Ukur .....	34
3.4.1 Kuesioner <i>Entrepreneurship</i> .....	34
3.4.1.1 Cara Skoring Kuesioner <i>Entrepreneurship</i> .....	39
3.4.2 Data Pribadi dan Data Penunjang .....	40
3.4.3 Validitas dan Realibilitas .....	40
3.4.3.1 Validitas Alat Ukur .....	40
3.4.3.2 Reliabilitas Alat Ukur .....	41
3.5 Populasi dan teknik Penarikan Sampel .....	43
3.5.1 Populasi Sasaran .....	43
3.5.2 Karakteristik Populasi .....	44
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel .....	44
3.6 Teknik Analisis Data .....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN .....	46
4.1 Hasil Penelitian .....	46
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	46
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Minat .....	47
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Dukungan Orang Terdekat ..	47
4.1.4 Gambaran Hasil Penelitian .....	48
4.1.5 Tabulasi Silang Kemampuan <i>Entrepreneurship</i> dan Aspek .....	48
4.1.6 Tabulasi Silang Kemampuan <i>Entrepreneurship</i> dan Penunjang ...	51
4.2 Pembahasan .....	53

BAB V KESIMPULAN dan SARAN .....	62
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	63
5.2.1 Saran Teoritis .....	63
5.2.2 Saran Praktis .....	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur .....	36
Tabel 3.2 Cara Skoring .....	39
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	46
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Minat .....	47
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Dukungan Orang Terdekat .....	47
Tabel 4.4 Gambaran Hasil Penelitian .....	48
Tabel 4.5 Tabulasi Silang Kemampuan <i>Entrepreneurship</i> dan Aspek .....	48
Tabel 4.5 Tabulasi Silang Kemampuan <i>Entrepreneurship</i> dan Penunjang .....	51

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir .....	17
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian .....	32