

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	10
C. Manfaat Penelitian .....	10
1. Manfaat Teoritis .....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	12

A. Peluang.....	12
1. Definisi Peluang .....	12
2. Pandangan – pandangan mengenai Peluang.....	14
3. Sumber Peluang.....	29
4. Faktor yang Mempengaruhi Identifikasi Peluang .....	33
B. Model Psikologis Peluang.....	37
1. <i>Pattern Recognition</i> .....	40
2. <i>Structural Alignment</i> .....	41
C. Kewirausahaan .....	45
1. Pengusaha.....	45
2. Peran Peluang dalam Kewirausahaan.....	48
D. Kerangka Konseptual .....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Fokus Penelitian .....	52
B. Subjek Penelitian.....	52
C. Desain Penelitian.....	53
D. Metode Pengumpulan Data .....	57
E. Instrumen Penelitian.....	58
F. Metode Pengolahan Data dan Interpretasinya.....	59
G. Pemeriksaan Kredibilitas Data.....	62

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Persiapan Penelitian .....	64
B. Pelaksanaan Penelitian .....	65
C. Temuan Penelitian.....	68
D. Pembahasan.....	82
E. Implikasi bagi Pendidikan Kewirausahaan .....	94
F. Keterbatasan Penelitian .....	96
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	101

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Peluang Schumpeterian dan Kirznerian .....	18
Tabel 2 Tiga Pandangan Peluang Kewirausahaan .....	21
Tabel 3 Profil Partisipan Penelitian.....	66
Tabel 4 Waktu dan Lokasi Pengambilan Data.....	67
Tabel 5 Data Latar Belakang Partisipan.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Perbedaan Penggunaan Proses <i>Alignment</i> pada Pengusaha .....	50
Gambar 2 Memory Model.....	54
Gambar 3 Alur Analisis Data .....	59
Gambar 4 Rumus Kappa .....	62
Gambar 5 <i>Attention Focus</i> Pengusaha dalam <i>Opportunity Rognition</i> .....	70
Gambar 6 <i>Level of Reasoning</i> Pengusaha dalam <i>Opportunity Recognition</i> .....	73
Gambar 7 Detail <i>Level of Reasoning</i> .....	75
Gambar 8 <i>Level of Reasoning</i> pada <i>Attention Focus</i> Pasar-Teknologi.....	76
Gambar 9 <i>Level of Reasoning</i> pada <i>Attention Focus</i> Teknologi.....	77
Gambar 10 <i>Level of Reasoning</i> pada <i>Attention Focus</i> Pasar .....	77
Gambar 11 <i>Level of Prior Knowledge</i> .....	79
Gambar 12 Detail <i>Prior Knowledge</i> .....	79
Gambar 13 Model <i>Opportunity Recognition</i> pada Pengusaha Startup Digital .....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Instrumen Penelitian.....	108
LAMPIRAN 2. Panduan Pengambilan Data.....	111
LAMPIRAN 3. Biodata dan Informed Consent.....	113
LAMPIRAN 4. Skema Koding.....	116
LAMPIRAN 5. Verbatim Hasil Proses <i>Think Aloud Protocol</i> .....	120
Transkripsi Data 1 .....	120
Transkripsi Data 2 .....	127
Transkripsi Data 3 .....	136
Transkripsi Data 4 .....	144
Transkripsi Data 6 .....	155
LAMPIRAN 6. <i>Segmenting</i> Data melalui NVIVO.....	159
<i>Segmenting</i> Partisipan 1 3DP .....	159
<i>Segmenting</i> Partisipan 1 SMART.....	162
<i>Segmenting</i> Partisipan 2 3DP .....	165
<i>Segmenting</i> Partisipan 2 SMART.....	169
<i>Segmenting</i> Partisipan 3 3DP .....	173
<i>Segmenting</i> Partisipan 3 SMART.....	176
<i>Segmenting</i> Partisipan 4 3DP .....	181
<i>Segmenting</i> Partisipan 4 SMART.....	183
<i>Segmenting</i> Partisipan 5 3DP .....	186
<i>Segmenting</i> Partisipan 5 SMART.....	189
<i>Segmenting</i> Partisipan 6 3DP .....	192

<i>Segmenting</i> Partisipan 6 SMART.....	194
LAMPIRAN 7. Kategori (Node).....	196
<i>Attention Focus</i> \Keduanya .....	196
<i>Attention Focus</i> \Teknologi .....	213
<i>Attention Focus</i> \Pasar.....	219
<i>Level of Structural Alignment</i> \First Order Relationship (Pasar) .....	236
M-How Bagaimana pasar bekerja.....	236
M-Why Tujuan dari Pelaku Pasar.....	243
<i>Level of Structural Alignment</i> \First Order Relationship (Teknologi).....	244
T-How Cara Teknologi Beroperasi.....	244
T-Why Tujuan Teknologi .....	246
<i>Level of Structural Alignment</i> \Higher Order Relationship (Pasar).....	248
M-Ben keuntungan dari aktivitas pasar dan penyebabnya .....	248
M-Prob masalah dari pasar dan penyebabnya .....	255
<i>Level of Structural Alignment</i> \High Order Relationship (Teknologi) .....	271
T-Ben Keuntungan dari teknologi beserta penyebabnya (benefit) .....	271
T-Prob Masalah dari teknologi dan penyebabnya (problem) .....	289
<i>Level dari Structural Alignment</i> \Superficial (pasar) .....	292
<i>Level dari Structural Alignment</i> \Superficial (teknologi).....	297
LAMPIRAN 8. ANALISIS KAPPA .....	299