PSIKOLOGI PELUANG KEWIRAUSAHAAN: PROSES KOGNITIF PENGUSAHA STARTUP DIGITAL DALAM OPPORTUNITY RECOGNITION
SADIDA FATIN ARUNI, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

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

ABSTRACT..... 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

UNIVERSITAS GADJAH MADA
PSIKOLOGI PELUANG KEWIRAUSAHAAN: PROSES KOGNITIF PENGUSAHA STARTUP DIGITAL DALAM OPPORTUNITY RECOGNITION
SADIDA FATIN ARUNI, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

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. Pattern Recognition 40

2. Structural Alignment 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

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PSIKOLOGI PELUANG KEWIRAUSAHAAN: PROSES KOGNITIF PENGUSAHA STARTUP DIGITAL DALAM OPPORTUNITY RECOGNITION
SADIDA FATIN ARUNI, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

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

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PSIKOLOGI PELUANG KEWIRAUSAHAAN: PROSES KOGNITIF PENGUSAHA STARTUP DIGITAL DALAM OPPORTUNITY RECOGNITION
SADIDA FATIN ARUNI, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

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

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PSIKOLOGI PELUANG KEWIRAUSAHAAN: PROSES KOGNITIF PENGUSAHA STARTUP DIGITAL DALAM OPPORTUNITY RECOGNITION
SADIDA FATIN ARUNI, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Perbedaan Penggunaan Proses *Alignment* pada Pengusaha 50

Gambar 2 Memory Model..... 54

Gambar 3 Alur Analisis Data..... 59

Gambar 4 Rumus Kappa 62

Gambar 5 *Attention Focus* Pengusaha dalam *Opportunity Rcognition* 70

Gambar 6 *Level of Reasoning* Pengusaha dalam *Opportunity Recognition* 73

Gambar 7 Detail *Level of Reasoning* 75

Gambar 8 *Level of Reasoning* pada *Attention Focus* Pasar-Teknologi..... 76

Gambar 9 *Level of Reasoning* pada *Attention Focus* Teknologi..... 77

Gambar 10 *Level of Reasoning* pada *Attention Focus* Pasar 77

Gambar 11 *Level of Prior Knowledge* 79

Gambar 12 Detail *Prior Knowledge* 79

Gambar 13 Model *Opportunity Recognition* pada Pengusaha Startup Digital 93

UNIVERSITAS GADJAH MADA
PSIKOLOGI PELUANG KEWIRAUSAHAAN: PROSES KOGNITIF PENGUSAHA STARTUP DIGITAL DALAM OPPORTUNITY RECOGNITION
SADIDA FATIN ARUNI, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

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 *Think Aloud Protocol* 120

Transkripsi Data 1 120

Transkripsi Data 2 127

Transkripsi Data 3 136

Transkripsi Data 4 144

Transkripsi Data 6 155

LAMPIRAN 6. *Segmenting* Data melalui NVIVO 159

Segmenting Partisipan 1 3DP 159

Segmenting Partisipan 1 SMART 162

Segmenting Partisipan 2 3DP 165

Segmenting Partisipan 2 SMART 169

Segmenting Partisipan 3 3DP 173

Segmenting Partisipan 3 SMART 176

Segmenting Partisipan 4 3DP 181

Segmenting Partisipan 4 SMART 183

Segmenting Partisipan 5 3DP 186

Segmenting Partisipan 5 SMART 189

Segmenting Partisipan 6 3DP 192

PSIKOLOGI PELUANG KEWIRAUSAHAAN: PROSES KOGNITIF PENGUSAHA STARTUP DIGITAL DALAM OPPORTUNITY RECOGNITION
SADIDA FATIN ARUNI, Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

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