

**ENTREPRENEUR BERLATAR BELAKANG GAYA HIDUP
(STUDI KASUS GAYA HIDUP YANG DIMILIKI OLEH
ENTREPRENEUR/PEMILIK BISNIS SNEAKER DI YOGYAKARTA)**

JURNAL PENELITIAN



Ditulis oleh :

Nama : Rizkia Satria Putranto
Nomor Mahasiswa : 14311219
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

PENGESAHAN JURNAL

Entrepreneur Berlatar Belakang Gaya Hidup
(Studi Kasus Gaya Hidup Yang Dimiliki Oleh *Entrepreneur*/Pemilik Bisnis Sneaker Di
Yogyakarta)

Nama : Rizkia Satria Putranto
Nomor Mahasiswa : 14311219
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

Yogyakarta, 15 Mei 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Drs. Achmad Sobirin M.B.A., Ph.D. Ak

**ENTREPRENEUR BERLATAR BELAKANG GAYA HIDUP
(STUDI KASUS GAYA HIDUP YANG DIMILIKI OLEH
ENTREPRENEUR/PEMILIK BISNIS SNEAKE DI YOGYAKARTA)**

Rizkia Satria Putranto

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email: Rizkiasatria@gmail.com

Abstrak

Salah satu bisnis yang mulai mendapatkan perhatian publik adalah bisnis *sneaker* atau sepatu. Di sisi lain *sneaker* bisa mejadi hobi yan dimiliki seseorang. Secara tidak sadar *sneaker* mulai menjadi gaya hidup yang mulai di sukai dan mulai banyak para *entrepreneur* yang membuka bisnis *sneaker* . Maka penelitian ini penting untuk mengetahui hubungan apa saja yang terbentuk antara bisnis dan gaya hidup yang dimiliki. Penelitian ini dilakukan pada 7 narasumber yang mempunyai bisnis *sneaker* di Yogyakarta. penelitian ini menggunakan metode kualitatifdengan pendekatan studi kasus. Penambilan data menggunakan cara wawancara dan observasi di lapangan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan timbal-balik yang terjadi anatara bisnis dan kesukaan terhadap *sneaker* selaku gaya hidup yang dimiliki. Dalam menjalankan bisnisnya ada beberapa hubungan timbal balik yang terbentuk antara kesukaannya atau gaya hidupnya terhadap bisnis. Hubungan tersebut berupa narasumber menjalankan bisnis *sneaker* dan koleksi *sneaker* secara bersamaan. Artinya hobi atau kesukaannya akan *sneaker* menunjang bisnisnya. Terlihat dari observasi yang dilakukan penulis tentang peran gaya hidup terhadap pengambilan keputusan terhadap bisnis yang dimiliki, peneliti menemukan bahwa kedua hal tersebut saling mempengaruhi satu sama lain. Pengambilan keputusan narasumber lebih dipengaruhi oleh kesukaannya akan merk tertentu. Terlebih lagi dalam penelitian ditemukan bahwa terdapat lebih banyak kelebihan pengusaha denga latar belakang gaya hidup daripada kelemahan yang dimiliki.

Kata Kunci: Pengusaha, Sneaker, Pengusaha dengan Gaya Hidup, Hobi

Abstract

One business that is gaining public attention is the sneaker or shoe business. On the other hand sneaker can be a hobby that someone has. Unconsciously sneaker began to become a lifestyle that began to like and started a lot of entrepreneurs who opened a sneaker business. So this research is important to know what relationship is formed between business and lifestyle owned. This research was conducted on 7 resource persons who have business sneaker in Yogyakarta. This research uses qualitative method with case study approach. Data collection using interview and field observation

The results of this study indicate that there is a reciprocal relationship that occurs between the business and the love of sneaker as a lifestyle. In running the business there are some reciprocal relationship that formed between his likes or his lifestyle of business. The relationship is in the form of resource persons running the business sneaker and collectible sneaker simultaneously. It means his hobby or his favorite sneaker will support his business. Seen from the observations made by the author about the role of lifestyle to decision-making of business owned, the researchers found that the two things are mutually affect each other. Resource decision-making is more influenced by its preferences for certain brands. Moreover in the study it was found that there are more advantages of entrepreneurs with a lifestyle background than their own weaknesses.

Keywords: Entrepreneur, Sneaker, LifestyleEntrepreneur, Hobby

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengangguran masih menjadi masalah yang belum terselesaikan di Indonesia. Seorang pencari kerja atau seorang *fresh Graduate* harus bersaing dengan ratusan bahkan ribuan orang untuk mendapatkan sebuah pekerjaan yang layak. Hal tersebut dikarenakan ketersediaan lapangan kerja yang jauh lebih kecil dibandingkan dengan jumlah para pencari kerja. Akhirnya banyak pencari yang tidak memperoleh pekerjaan dalam waktu lama. Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2017 (www.bps.go.id) dalam 2 tahun terakhir ini jumlah pengangguran cenderung fluktuatif, yang berarti jumlahnya naik turun. Data tersebut mengukur pada bulan februari 2016 tingkat pengangguran mencapai angka 5,50%, Agustus 5,61% dan pada bulan Februari 2017 mencapai 5,33% sedangkan Agustus 2017 mencapai 5,50%. Dan setiap tahunnya pengangguran bertambah 10.000 orang.

Ada beberapa pilihan yang dapat digunakan untuk mengatasi pengangguran. Salah satunya adalah kegiatan *entrepreneurship*. Kegiatan ini sangat bernilai positif dalam kaitannya dengan pencarian pekerjaan. Selain dapat mendapatkan pekerjaan dengan sendirinya, kegiatan *entrepreneurship* ini juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain. Selain dapat membantu diri sendiri dan orang lain, ternyata kegiatan *entrepreneurship* ini dapat membantu negara dalam hal perekonomian. *Entrepreneurship* menciptakan masyarakat dan individu yang mandiri, bekerja keras dan mempunyai keinginan yang kuat. *Entrepreneurship* dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional melalui transaksi perdagangan dan juga ketersediaan lapangan kerja.

Peluang membuka usaha baru dan menjadi seorang *entrepreneur* di Indonesia sesungguhnya masih sangat terbuka lebar, apalagi di era teknologi yang sudah maju dan mempermudah komunikasi diantara masyarakat. Menurut catatan yang dikeluarkan oleh Bank Dunia mencatat bahwa pertumbuhan jumlah wiraswasta di Indonesia baru mencapai 3,31% , sementara negara lain sudah diatas 7%. Tercatat dalam *Global Entrepreneurship index* tahun 2017 tingkat wirausaha Indonesia menempati ranking 90 dari sekitar 137 negara (tirto.id). Dengan adanya data tersebut tampak bahwa kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya berwirausaha masih kurang.

Entrepreneurship di definisikan secara berbeda –beda oleh para ahli, sehingga belum ada definisi yang baku mengenai *entrepreneurship*. Menurut Coulter (2001) dalam (Kobia,2010) Kewiraswastaan adalah proses dimana individu atau sekelompok individu menggunakan usaha dan sarana yang terorganisir untuk mengejar kesempatan dengan menciptakan nilai dan tumbuh dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan, tidak tergantung pada sumber daya apa yang saat ini dikendalikan. Kewiraswastaan adalah setiap usaha inovasi seperti membuat produk atau layanan baru, pengembangan strategi baru, menciptakan sektor baru atau tindakan lain yang menambahkan nilai ekonomi maupun nilai sosial (Ruiz, Soriano dan Conduras 2016). Banyak sekali motivasi yang mempengaruhi seorang *entrepreneur* untuk melakukan kegiatan kewiraswastaan. Salah satu hal yang mempengaruhi motivasi seorang *entrepreneur* adalah gaya hidup yang dimiliki (Kochanowski 2005).

Gaya hidup disini diartikan sebagai kebiasaan seseorang atau pola perilaku yang dilakukan secara berkesinambungan dalam kehidupannya sehari hari. Gaya hidup adalah tindakan berulang yang dinamis dan sampai pada tingkat tertentu tersembunyi untuk individu, dan mereka melibatkan barang barang peninggalan atau yang bisa disebut sebagai artefak (Jensen 2007). Sedangkan pengertian menurut wikipedia gaya hidup adalah ketertarikan, pilihan, perilaku, dan orientasi perilaku individu, kelompok, atau budaya. Gaya hidup biasanya mencerminkan sikap, cara hidup, nilai, atau pandangan individu. Oleh karena itu, gaya hidup adalah sarana untuk menempa kepercayaan diri dan menciptakan simbol budaya yang

beresonansi dengan identitas diri. Dalam kegiatan sehari-hari gaya hidup dapat ditemukan dalam cara berpakaian, hobi, kebiasaan dan kegiatan yang dilakukan secara berkesinambungan.

Pendapat yang diutarakan oleh praktisi kewiraswastaan yaitu (De Rafelle Jr, 2005) mengatakan jika seseorang ingin menjadi seorang *entrepreneur* penting untuk mengetahui hal apa yang diinginkan dalam hidupnya, hal tersebut penting untuk menyediakan gaya hidupnya terlebih dahulu dan bagaimana bisnis tersebut dapat menyediakan gaya hidupnya. Menurutnya ada 2 hal yang dibutuhkan untuk sukses dalam berbisnis yaitu gaya hidup dan strategi. Strategi adalah mengenai bagaimana membuat gaya hidup yang diinginkan terjadi. Pada dasarnya manusia akan mempunyai gairah dan motivasi yang kuat dalam bekerja dan berbisnis ketika mereka bekerja menuju hal yang mereka inginkan dalam hidupnya. Arti dan tujuan dalam berbisnis sekarang mulai menjadi aspek yang cukup dipertimbangkan. Karena selain keinginan untuk menghasilkan uang yang banyak, meraih tujuan dalam hidup juga menjadi salah satu hal yang ingin diraih oleh para *entrepreneur*. Deputi Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Koperasi dan UKM, Prakoso Budi Susetio mengatakan bahwa seorang wirausaha yang bisa meraih sukses, minimal harus berangkat dari hobi dan keinginan berbisnis dengan sungguh-sungguh serta fokus mengelola finansial dengan kedisiplinan yang tinggi (www.entrepreneur.com).

Beberapa contoh pelaku bisnis yang berlatang belakang gaya hidup misalnya Nike, Inc. Nike adalah salah satu hasil yang muncul dalam kegiatan kewiraswastaan karena adanya pengaruh gaya hidup. Dilansir dari web resmi perusahaan (news.nike.com) Nike didirikan pada tahun 1964 dengan nama Blue Ribbons Sports (BRS) oleh Bill Bowerman dan Phil Knight di Amerika. Kemudian pada tahun 1971 mulai mengganti namanya menjadi Nike. Sebelumnya Bill Bowerman mempunyai keahlian untuk melatih para atlet atletik di University of Oregon. Sedangkan Phil Knight merupakan atlet lari yang dilatih oleh Bill Bowerman. Munculnya ide untuk berwiraswasta dan mendirikan produk Nike muncul dari keresahan Bill Bowerman mengenai sepatu yang dipakai oleh para atletnya. Bill Bowerman mempunyai gagasan untuk membuat sepatu lari yang lebih baik daripada yang dipakai oleh atletnya. Namun merk sepatu yang saat itu dipakai oleh para atletnya dan produsen sepatu lainnya tidak memperdulikan gagasannya tersebut. Dengan begitu Bill Bowerman dan Phil Knight mulai membuat sepatu sendiri yang digunakan sebagai sepatu lari. Dan sampai saat ini Nike, Inc telah mendominasi di pasar Amerika Serikat maupun dunia baik sebagai sepatu atau aksesoris olahraga.

Pada masa sekarang bisnis pun menjadi erat kaitannya dengan gaya hidup yang dimiliki seseorang. Sebut saja salah satu mantan petenis profesional wanita berkebangsaan Amerika Serikat yaitu Venus Williams yang sukses mengembangkan bisnis dan usahanya dari gaya hidup. Venus mendirikan bisnis pakaian olahraga yang dinamai dengan Eleven pada tahun 2007 (https://en.wikipedia.org/wiki/Venus_Williams). Pakaian olahraga yang unik karena dengan motif dan corak namun nyaman saat dipakai dalam berolahraga. Di dalam negeri ada merk Astec yang berasal dari Indonesia. Merk raket olahraga badminton ini didirikan oleh atlet badminton Indonesia yang pernah menjadi juara olimpiade Barcelona pada tahun 1992 yaitu Alan Budi Kusuma dan Susi Susanti. Bisnis raket badminton ini dimulai pada tahun 2002 dan mulai menjadi merk raket badminton yang cukup diperhitungkan di Indonesia (kompasiana.com).

Penelitian yang dilakukan oleh Weinstein (2003) menemukan bahwa salah satu toko buku terkenal di Selandia Baru yaitu Books & More ternyata dimulai dari gaya hidup pendiri yaitu Philip King yang mempunyai kegemaran dalam membaca buku. Philip menganggap bisnisnya tersebut sebagai hobi yang menyenangkan dan bisnisnya terbukti sukses dan memiliki 4 toko cabang di beberapa daerah di Selandia Baru. Penelitian tersebut merupakan salah satu contoh kesuksesan berbisnis karena gaya hidup. Menjadikan gaya hidup dan hobi

sebagai bisnis memberikan keunggulan kompetitif yang cukup besar karena dengan begitu akan memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai produk yang dijual dan memberikan layanan yang berkualitas kepada konsumen. Pengetahuan yang mendalam mengenai produk penting dalam segi pemasaran dan inovasi sebuah produk.

Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, banyak sekali universitas atau sekolah yang ada di kota ini. Dengan begitu banyak orang yang berasal dari luar daerah datang ke Yogyakarta untuk melanjutkan pendidikannya. Otomatis populasi yang ada di Yogyakarta semakin banyak dan berdampak pada konsumen yang banyak dan bervariasi. Oleh karena itu di Yogyakarta banyak sekali di temukan pelaku bisnis/*entrepreneur*. Dinas perindustrian dan perdagangan daerah istimewa Yogyakarta pada tahun 2018 menyatakan di D.I. Yogyakarta, jumlah usaha non-pertanian hasil pendaftaran usaha Sensus Ekonomi 2016 (SE2016) mencapai 533,9 ribu usaha, meningkat sebesar 32,36 persen jika dibandingkan jumlah usaha hasil Sensus Ekonomi 2006 yang tercatat sebanyak 403,3 ribu usaha. Terdapat bermacam macam bisnis yang ada, mulai dari bisnis makanan, jasa dan *fashion*. Bermacam motivasi yang ada dari para *entrepreneur* untuk mendirikan bisnisnya. Seperti motivasi karena kesempatan, bisnis turun temurun dari keluarga, dari hobi dan gaya hidup dan masih banyak lainnya.

Salah satu bisnis yang bergerak dalam hal *fashion* yang mulai mendapatkan perhatian publik adalah bisnis *sneaker* atau sepatu. *Sneaker* mulai di minati oleh sebagian masyarakat di Yogyakarta. Mulai dari orang tua dan anak kecil mulai banyak menggunakan *sneaker* sebagai perlengkapan dalam kegiatan sehari-hari. Secara tidak sadar *sneaker* mulai menjadi gaya hidup yang mulai di sukai. Diduga sebagian besar *entrepreneur* di Yogyakarta mempunyai ketertarikan di bidang *sneaker*. Maka dari itu mulai banyak para *entrepreneur* yang membuka bisnis *sneaker* baik melalui kegiatan *offline* seperti membuka toko atau secara *online* melalui media sosial. Walaupun belum ada data pasti yang menunjukkan, namun dari waktu ke waktu bisnis *sneaker* mulai meningkat perkembangannya di Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Byers dan Slack (2001) menyimpulkan bahwa wawancara yang dilakukan kepada 16 pemilik bisnis atau *entrepreneur* diperoleh bahwa 12 orang memulai bisnisnya didasari pada minat pribadi terhadap kegiatan yang sering mereka lakukan dan mereka memulai bisnis dari gaya hidup dan hobi yang dimiliki. Penelitian tersebut merupakan salah satu contoh dari banyaknya *entrepreneur* yang bermula dari hobi dan gaya hidup yang dimiliki. Peneliti masih belum mengetahui apakah hal tersebut merupakan fenomena sepintas atau bukan karena belum banyak penelitian yang membahas mengenai gaya hidup dan *entrepreneur*. Oleh karena itu peneliti mempunyai ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul “Entrepreneur Berlatar Belakang Gaya Hidup”. Penelitian ini akan membahas tentang gaya hidup yang dimiliki oleh *entrepreneur*/pemilik bisnis di Yogyakarta yang mempunyai bisnis *sneaker*. Penelitian ini mempunyai fokus terhadap alasan seseorang menjadi *entrepreneur* yang berlatar belakang gaya hidup, peran gaya hidup terhadap proses pengambilan keputusan dan kelebihan dan kelemahan bagi seorang *entrepreneur* yang menggunakan gaya hidupnya sebagai latar belakang bisnisnya.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang digunakan untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas sehingga menjadi lebih efektif, yakni dengan batasan-batasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya terfokus pada seseorang yang mempunyai usaha bisnis khususnya di daerah Yogyakarta
2. Penelitian hanya dilakukan pada sebuah bisnis di daerah Yogyakarta yang dimiliki oleh seorang *entrepreneur*
3. Penelitian ini hanya membahas tentang bagian gaya hidup yang dimiliki oleh pelaku bisnis atau *entrepreneur* terhadap kegiatan bisnisnya

Rumusan Masalah

Sebagaimana latar belakang yang telah dipaparkan maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Mengapa *entrepreneur* mendirikan dan menjalankan bisnis yang erat kaitannya dengan gaya hidup yang dimiliki ?
2. Bagaimana peran gaya hidup terhadap proses pengambilan keputusan seorang *entrepreneur* ?
3. Bagaimana kelebihan dan kelemahan *entrepreneur* yang menggunakan gaya hidup sebagai latar belakang bisnisnya ?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui alasan *entrepreneur* mendirikan dan menjalankan bisnis yang erat kaitannya dengan gaya hidup yang dimiliki
2. Mengetahui peran gaya hidup terhadap proses pengambilan keputusan seorang *entrepreneur*
3. Mengetahui kelebihan dan kelemahan *entrepreneur* yang menggunakan gaya hidup sebagai latar belakang bisnisnya

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian yang dilakukan oleh Kochanowski (2005) dengan judul “Frank De Rafelle, Jr. : The Process of Building New Entrepreneurs” , meneliti mengenai proses apa saja yang diperlukan untuk membentuk seorang entrepreneur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan sebuah wawancara dalam pengambilan data. Wawancara dilakukan kepada seorang praktisi *entrepreneurship* bernama Frank De Rafelle, Jr. Frank telah sukses menjadi seorang *entrepreneur* dan sekarang telah menjadi mentor/pembimbing bagi para calon *entrepreneur*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup dan strategi merupakan 2 hal penting yang harus diketahui dan dimengerti jika seseorang ingin menjadi seorang entrepreneur. Seseorang yang ingin menjadi entrepreneur penting untuk mengetahui hal yang mereka inginkan dalam hidupnya, hal tersebut penting untuk menyediakan gaya hidupnya terlebih dahulu dan bagaimana bisnis tersebut dapat menyediakan gaya hidupnya. Dalam berbisnis tidak cukup dengan hanya mencintai apa yang dilakukan dalam bisnis, bagaimana mengerti, menjalankan dan mengembangkan bisnis juga penting untuk dilakukan. 5 aspek yang harus dikerjakan untuk membuat bisnis sukses adalah pemasaran, penjualan, pelayanan, manajemen dan kepemimpinan.

Berdasarkan analisis terdahulu, maka dapat disimpulkan perbedaan dan persamaan dari yang peneliti akan teliti. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti ialah menggunakan *entrepreneur* sebagai subyek dalam sebuah penelitian. Namun terdapat pula perbedaan dari penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kochanowski hanya menggunakan 1 narasumber sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan 7 orang *entrepreneur* sebagai narasumber.

Penelitian yang dilakukan oleh Weinstein (2003) dengan judul “Turning a Hobby into Millions”, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana pengambilan data dilakukan dengan wawancara. Penelitian ini mengisahkan mengenai seorang *entrepreneur* sukses yang bernama Philip King yang berada di Selandia Baru. Dikisahkan Philip King memulai bisnisnya dari kegiatan yang sering dia lakukan yaitu membaca buku. Bisnis King dimulai dari menjual beberapa buku dan sampai sekarang sukses mempunyai 4 toko buku yang diberi nama Books & More. Salah satu hal yang membuat King sukses mendirikan toko buku adalah King menganggap pekerjaannya menyenangkan karena dia bisa sekaligus melanjutkan hobi yang dimiliki.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti ialah menggunakan entrepreneur sebagai subyek dalam sebuah penelitian. Namun terdapat pula perbedaan dari penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Weinstein hanya menggunakan 1 narasumber sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan 7 orang *entrepreneur* sebagai narasumber.

Penelitian yang dilakukan oleh Byers dan Slack (2001) dengan judul “Strategic Decision-Making in Small Businesses within the Leisure Industry”, penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk memeriksa kegiatan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh *entrepreneur* di dalam industri hiburan Inggris. Secara khusus, penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membatasi kemampuan dan keinginan pemilik ini untuk terlibat dalam pengambilan keputusan strategis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana pengambilan data dilakukan melalui wawancara. Subyek dari penelitian ini adalah 16 *entrepreneur* yang bergerak dalam industri hiburan di Inggris. Hasil penelitian ini memberikan rincian tentang bagaimana keputusan dibuat di perusahaan kecil di industri hiburan dan menunjukkan bahwa ada banyak kontinjensi yang mempengaruhi dan menghambat proses pengambilan keputusan pemilik perusahaan tersebut. Sementara beberapa faktor penghambat kongruen dengan literatur sebelumnya, faktor dan situasi lain, yang mungkin unik bagi perusahaan hiburan kecil, juga terbukti. Pada bagian ini kami melaporkan temuan yang muncul dari analisis data, dan mendiskusikan pentingnya temuan ini. Semua pemilik yang memulai bisnis mereka sendiri berdasarkan hobi atau kepentingan pribadi dibatasi oleh kecenderungan mereka untuk mempraktekkan pengambilan keputusan strategis karena mereka ingin terus terlibat dalam hobi (kegiatan santai) dan masih menyadari cukup keuntungan untuk menghasilkan kehidupan yang memadai.

Berdasarkan analisis terdahulu, maka dapat disimpulkan perbedaan dan persamaan dari yang peneliti akan teliti. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti ialah sama-sama menggunakan *entrepreneur* sebagai subyek dari penelitian. Namun terdapat pula perbedaan dari penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Byers dan Slack berfokus terhadap keputusan stratejik yang dilakukab oleh entrepreneur, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih berfokus terhadap gaya hidup yang dimiliki oleh *entrepreneur*.

Penelitian yang dilakukan oleh Velasco dan aleilles (2007) dengan judul “The local embeddedness of lifestyle entrepreneur : an exploratory study”, penelitian ini mempunyai tujuan untuk melakukan studi eksploratif, berdasarkan empat kasus eksplorasi, kewirausahaan dan gaya hidup. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana pengambilan data dilakukan melalui wawancara mendalam selama 1-2 jam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Lifestyle Entrepreneur* pertama-tama mencari pencapaian diri mereka sendiri, menjaga hubungan spesifik dengan wilayah bisnis mereka. Pengusaha ini menciptakan dan menerapkan perusahaan bersamaan dengan kepentingan pribadi mereka lebih banyak daripada dalam kaitannya dengan sumber daya lokal yang tersedia atau aktivitas yang berorientasi pada ekonomi. *Lifestyle entrepreneur* tidak menghalangi menghasilkan keuntungan tapi justru sebelum memprioritaskan kekayaan, pengusaha mencari kepuasan sendiri. *Lifestyle entrepreneur* tidak ingin mendapatkan keuntungan maksimal dari suatu wilayah. Sebagai gantinya mereka mengharapkan untuk mendapatkan kualitas hidup yang tinggi di wilayah tersebut dan mereka akan bertindak di dalam wilayah ini untuk mengintegrasikan dan mengembangkan jaringan sebaik bahkan jika ini melibatkan integrasi yang lebih pribadi daripada profesional.

Berdasarkan analisis terdahulu, maka dapat disimpulkan perbedaan dan persamaan dari yang peneliti akan teliti. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti ialah sama-sama menggunakan *lifestyle* dan *entrepreneur* sebagai subyek penelitian. Persamaan lain yang ditemukan adalah kedua penelitian menggunakan metode kualitatif.

Namun terdapat pula perbedaan dari penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Velasco dan Salelles berfokus terhadap *lifestyle entrepreneur* dan kaitannya dengan kualitas hidup yang dimiliki *entrepreneur*. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih berfokus terhadap gaya hidup yang dimiliki oleh *entrepreneur*.

Penelitian yang dilakukan oleh Dawson Fountain, Cohen (2011) berjudul “Seasonality and the Lifestyle “Conudrum”: An Analysis of Lifestyle Entrepreneurship in Wine Tourism” mempunyai tujuan yaitu pentingnya tujuan gaya hidup non-ekonomi, pribadi dan keluarga dalam pembentukan bisnis pariwisata anggur pedesaan dan bagaimana tujuan gaya hidup ini mempengaruhi keputusan dan tindakan pemilik karena berkaitan dengan pengelolaan musiman, terutama seputar keterlibatan pariwisata anggur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana pengambilan data dilakukan melalui proses wawancara yang mendalam terhadap pemilik bisnis. Penelitian ini menemukan bahwa musim anggur dapat digunakan sebagai domain yang berguna untuk mengeksplorasi kewiraswastaan gaya hidup. Meskipun musiman memang menimbulkan tantangan, banyak pemilik anggur yang berorientasi pada usaha, berorientasi pada gaya hidup menghargai *downtime* yang terkait dengan musiman karena memberi mereka waktu istirahat dan dengan demikian waktu untuk mengejar aspek bisnis lainnya.

Berdasarkan analisis terdahulu, maka dapat disimpulkan perbedaan dan persamaan dari yang peneliti akan teliti. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti ialah sama-sama menggunakan *lifestyle entrepreneurship* sebagai subyek penelitian dan juga sama-sama menggunakan metode kualitatif. Namun terdapat pula perbedaan dari penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dawson Fountain, Cohen berfokus terhadap bisnis pengolahan anggur sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan berfokus terhadap bisnis *sneaker*.

Penelitian yang dilakukan oleh Boluk dan Mottiar (2014) yang berjudul “Motivations of social entrepreneurs “, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk secara empiris menyelidiki motif tambahan, selain dari kepentingan sosial yang memotivasi wirausahawan sosial. Penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif berfokus pada karakteristik bahasa, pembicaraan dan percakapan dengan memperhatikan isi atau makna kontekstual dari teks. Penelitian ini menemukan bahwa motivasi tambahan ini dapat berkontribusi pada wujud wirausaha sosial yang lebih berkelanjutan berdasarkan minat mereka untuk mencapai keseimbangan di berbagai bidang kehidupan mereka. Motivasi yang ditemukan dalam penelitian menggambarkan individu-individu yang saling peduli dengan komunitas mereka, lingkungan di mana mereka tinggal, kepentingan gaya hidup, pengakuan dan keuntungan yang mungkin menunjukkan bahwa kontribusi masyarakat semacam itu dapat dipertahankan dari waktu ke waktu.

Berdasarkan analisis terdahulu, maka dapat disimpulkan perbedaan dan persamaan dari yang peneliti akan teliti. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti ialah sama-sama berusaha meneliti mengenai aspek lain yang mempengaruhi *entrepreneur* dalam menjalankan bisnisnya. Namun perbedaan yang ditemukan adalah dalam penelitian ini berfokus terhadap *social entrepreneurship* sedangkan penelitian yang akan diteliti lebih berfokus terhadap gaya hidup yang dimiliki *entrepreneur*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ateljevic dan Doome (2010) berjudul “Staying within the fence : lifestyle entrepreneurship in tourism”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. penelitian ini berpendapat bahwa semakin banyak pemilik perusahaan kecil memilih 'tetap berada di dalam pagar' untuk melestarikan kualitas kehidupan mereka dalam konteks sosial-lingkungan mereka dan posisi pasar 'ceruk' mereka yang melayani pelancong yang sama-sama mencari paradigma alternatif dan nilai ideologis. Argumen utama dari penelitian ini adalah untuk membangun konseptualisasi kewiraswastaan pariwisata yang dikembangkan oleh Shaw dan Williams untuk memasukkan integrasi istilah ekonomi dan non-ekonomi.

Memperkenalkan fokus mereka pada kewirausahaan di Inggris, konsep *lifestyle entrepreneurship* menggambarkan sejauh mana konteks budaya merupakan elemen penting dalam dinamika aktivitas usaha kecil.

Berdasarkan analisis terdahulu, maka dapat disimpulkan perbedaan dan persamaan dari yang peneliti akan teliti. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti ialah sama-sama menggunakan *lifestyle* dan *entrepreneurship* sebagai subyek penelitian. Sedangkan perbedaan yang ditemukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Ateljevic dan Doome berfokus terhadap industri pariwisata yang ada di Inggris sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus terhadap industri *sneaker* di Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Marcketti, Niehm, dan Fuloria (2006) berjudul “An Exploratory Study of Lifestyle Entrepreneurship and Its Relationship to Life Quality”, Tujuan dari studi eksploratori ini adalah untuk mengetahui apakah usaha bisnis pengusaha gaya hidup meningkatkan kualitas hidup pribadi untuk diri mereka sendiri keluarga, pelanggan, dan masyarakat luas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratori dan studi kasus. Hasil dari studi kasus menerangi fakta bahwa kewiraswastaan bukan hanya tentang usaha bisnis dengan pertumbuhan tinggi, berteknologi tinggi, dan berisiko tinggi.

Studi eksploratori ini menyoroti hubungan antara kewiraswastaan gaya hidup dan kualitas hidup keluarga dan masyarakat. Pengusaha dalam studi *multicase* ini memberikan wawasan mengenai saling ketergantungan antara keluarga, bisnis keluarga, dan masyarakat.

Berdasarkan analisis terdahulu, maka dapat disimpulkan perbedaan dan persamaan dari yang peneliti akan teliti. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti ialah sama-sama menggunakan *lifestyle* dan *entrepreneurship* sebagai subyek penelitian. Persamaan lain yang ditemukan adalah baik penelitian yang sudah dilakukan dan akan dilakukan berusaha mencari hubungan antara gaya hidup yang dimiliki dengan kewiraswastaan. Sedangkan perbedaan yang ditemukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Marcketti, Niehm dan Fuloria tidak berfokus pada satu jenis bisnis sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya berfokus terhadap bisnis *sneaker*.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian peneliti memerlukan suatu metode atau pendekatan untuk meneliti mengenai suatu bahasan atau permasalahan yang terjadi. Prosedur dan tata cara penelitian harus di dasari dengan suatu metode penelitian yang ilmiah agar hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan dan diuji kebenarannya. Dalam bukunya (Sekaran dan Bougie,2017:2) menegaskan bahwa penelitian adalah proses menemukan solusi untuk suatu masalah setelah melakukan studi yang menyeluruh dan menganalisis faktor situasi.

Penelitian kualitatif adalah adalah cara untuk menjelajahi dan memahami arti dari individu atau kelompok yang menganggap hal tersebut berasal dari masalah sosial atau masalah manusia. Proses penelitian melibatkan pertanyaan dan prosedur yang muncul, data biasanya diambil dari peserta. analisis data secara induktif dibangun dari analisis yang bersifat khusus ke umum, dan peneliti membuat interpretasi dari makna data. Laporan akhir memiliki struktur yang fleksibel. Mereka yang terlibat dalam bentuk penyelidikan ini mendukung cara yang memandang penelitian yang menghormati gaya induktif, fokus pada arti individu dan pentingnya sumbangan dari kompleksitas situasi (Diadaptasi dari Creswell. 2007) dalam (Creswel,2009:4).

Dalam bukunya (Yin,2013:1) menjelaskan secara umum, studi kasus merupakan strategi yang cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.

HASIL DAN ANALISIS

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka ditemukan beberapa temuan yang dapat didiskusikan lebih lanjut yaitu :

a. Alasan *Entrepreneur* dalam Mendirikan dan Menjalankan Bisnis yang Erat Kaitannya dengan Gaya Hidup

Alasan seseorang dalam mendirikan bisnis dan bagaimana menjalankan bisnis merupakan hal yang penting. Entrepreneur harus bisa menjalankan bisnisnya agar bisa mendapatkan keuntungan dan dapat bersaing dengan para pesaing. Adanya gaya hidup yang dimiliki oleh entrepreneur dapat mempengaruhi hal tersebut. Dalam penelitian terdapat tujuh narasumber yang merupakan pemilik bisnis sneaker. ditemukan bahwa dari ketujuh narasumber ini memiliki dua alur alasan mereka dalam mendirikan bisnis sneaker.

Alur pertama terdiri dari tiga narasumber. Dalam alur ini narasumber mendirikan bisnis sneaker dari adanya kesempatan yang didapat. Kesempatan tersebut ada yang bermula dari kenalan orangtua yang berjualan sneaker terlebih dahulu. Ada pula yang bermula dari kesempatan untuk mengisi waktu luang. Alur kedua terdiri dari empat narasumber. Dalam alur ini para narasumber mendirikan bisnis sneaker dimulai dari hobi yang dimiliki. Sebelum mendirikan bisnis sneaker, terlebih dahulu para narasumber mempunyai hobi mengkolleksi sneaker karena kesukaannya terhadap sneaker. mereka mengemukakan bahwa mengapa narasumber mendirikan bisnis dari hal hobi dan kesukaan adalah karena narasumber ingin mendapatkan nilai tambah dari hobi yang mereka miliki. Hal tersebut sesuai yang dikemukakan oleh (Ewing Marion Kauffman Foundation, 2004; Henricks, 2002) dalam Velasco dan Saleilles (2007) dimana *Lifestyle entrepreneur* diidentifikasi sebagai individu yang memiliki bisnis yang dioperasikan selaras dengan nilai-nilai pribadi, kepercayaan, minat, dan Definisi ini mencakup individu, usaha, dan motivasi untuk memulai bisnis.

Dalam penelitian ditemukan bahwa *entrepreneur* tidak bisa memisahkan antara bisnis dengan gaya hidup yang dimiliki. Dalam menjalankan bisnis sneaker, entrepreneur dipengaruhi oleh gaya hidup dan sebaliknya; dalam menjalani gaya hidupnya entrepreneur dipengaruhi oleh bisnis sneaker. Bahkan dalam beberapa kejadian entrepreneur lebih mengutamakan gaya hidup daripada bisnis sneakernya. Keterlibatan gaya hidup dalam proses pembuat bisnis dan proses menjalankan bisnis sesuai dengan konsep *entrepreneur* dan *lifestyle*, dimana dalam konsep ini menggambarkan kondisi dimana *entrepreneur* menyeimbangkan tujuan ekonomi dan non-ekonominya atau terutama termotivasi oleh seperangkat aspirasi gaya hidup yang diberi prioritas lebih tinggi daripada tujuan ekonomi (Lynch, 1998; Morrison, 2002; Morrison & Teixeira, 2003; Thomas, 2000; Williams, Shaw, & Greenwood, 1989) dalam Dawson, Fountain, dan Cohen (2011).

Memulai bisnis dari hobi atau dari hal yang disukai memberikan perasaan suka dalam menjalankan bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Weinstein (2003) bisnis yang dimulai dari hobi yang dimiliki dapat menyenangkan karena dalam menjalankan bisnis dapat sekaligus melanjutkan hobi yang dimiliki. Dengan adanya perasaan suka dan gembira dalam menjalankan bisnis sneaker akan memperkecil tekanan yang didapatkan dari bisnis yang dimiliki. Perasaan jenuh dan bosan dapat diminimalisir ketika menjalankan bisnis yang erat kaitannya dengan gaya hidup yang dimiliki.

Penelitian yang dilakukan oleh Kochanowski (2005) hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup dan strategi merupakan dua hal penting yang harus diketahui dan dimengerti jika seseorang ingin menjadi seorang *entrepreneur*. Seseorang yang ingin menjadi *entrepreneur* penting untuk mengetahui hal yang mereka inginkan dalam hidupnya, hal tersebut penting untuk menyediakan gaya hidupnya terlebih dahulu dan bagaimana bisnis tersebut dapat menyediakan gaya hidupnya. Dalam berbisnis tidak cukup

dengan hanya mencintai apa yang dilakukan dalam bisnis, bagaimana mengerti, menjalankan dan mengembangkan bisnis juga penting untuk dilakukan. 5 aspek yang harus dikerjakan untuk membuat bisnis sukses adalah pemasaran, penjualan, pelayanan, manajemen dan kepemimpinan.. Setelah menjalankan bisnisnya tersebut narasumber mulai mengetahui hal yang mereka inginkan dalam hidupnya. Bisnis para narasumber yang bergerak dalam bidang sneaker dapat menyediakan gaya hidupnya karena gaya hidup yang dimiliki oleh para narasumber yaitu kesukaan dan koleksi sneaker dapat mengakomodir gaya hidupnya. Kelima aspek yang harus dikerjakan untuk membuat bisnis sukses dapat dilakukan dengan baik oleh para narasumber. Terutama pada aspek pemasaran, pelayanan dan penjualan. Pada aspek pemasaran pengetahuan dan pemahaman akan produk penting untuk diketahui oleh *entrepreneur*, dan hal tersebut tidak menjadi masalah yang berarti bagi narasumber karena hobi yang dimiliki oleh para narasumber mengharuskan mereka mengetahui dan memahami sneaker. Untuk pelayanan, ketika narasumber bergabung dalam komunitas mereka akan terlatih berkomunikasi dengan anggota komunitas lain. Sehingga dalam memperlakukan konsumen para narasumber akan mengetahui hal apa saja yang harus dilakukan. Karena narasumber juga merupakan pengkoleksi sneaker, mereka dimudahkan dalam hal pemasaran karena mereka dapat memakai dirinya sendiri sebagai subyek pemasaran dengan memakai barang dagangannya sendiri.

b. Peran Gaya Hidup terhadap Proses Pengambilan Keputusan

Penelitian Membuat sebuah keputusan yang menguntungkan penting dilakukan oleh seorang entrepreneur agar dapat mempertahankan bisnis sneaker yang dimiliki. dalam penelitian ini ditemukan bahwa dalam proses pengambilan keputusan ternyata entrepreneur tidak bisa lepas dari gaya hidup yang dimiliki. keputusan-keputusan yang diambil oleh para entrepreneur dipengaruhi secara langsung oleh gaya hidup yang dimiliki. Dalam prosesnya memilih sebuah keputusan entrepreneur menggunakan gaya hidupnya sebagai referensi untuk memilih sebuah keputusan yang tepat. Walaupun entrepreneur menggunakan gaya hidup sebagai referensi ketika membuat keputusan, mereka tetap menghasilkan keputusan yang strategis. Penelitian yang dilakukan oleh Byers dan Slack (2001) menemukan bahwa pemilik bisnis yang mendirikan bisnis dari hobi yang dimiliki atau kepentingan pribadi akan cenderung mempraktekan pengambilan keputusan yang strategis karena mereka ingin terus terlibat dalam hobi yang dimiliki. Dalam pengambilan stok jualan sendiri entrepreneur lebih mengutamakan merk sneaker yang mereka sukai. Hal tersebut merujuk pada penguasaan informasi dari merk tersebut. Ketika *entrepreneur* menyukai sebuah merk tertentu mereka akan menggali informasi lebih dalam daripada merk lainnya. Sehingga informasi dari merk yang disukai akan lebih banyak daripada merk lainnya sehingga dalam menjual barangnya mereka lebih dapat menjelaskan dengan jelas kepada para calon pembeli.

Dalam beberapa kesempatan, penggunaan gaya hidup sebagai referensi tepat digunakan oleh para entrepreneur. Hal tersebut terjadi ketika beberapa *entrepreneur* akan menutup bisnisnya karena adanya kerugian yang banyak. Mereka mengurungkan niat untuk menutup bisnisnya karena peran dari gaya hidup yang dimiliki. ketika mereka menutup bisnisnya maka mereka akan jauh dari hobi dan gaya hidup yang mereka miliki. Sehingga pada akhirnya mereka tidak jadi menutup bisnisnya. keputusan tersebut merupakan keputusan yang tepat karena pada saat ini narasumber yang tidak jadi menutup bisnisnya bisa mengembangkan bisnisnya lebih jauh lagi dan bisnis sneakernya masih bertahan samapai sekarang. Penelitian yang dilakukan Boluk dan Mottiar (2014) menemukan bahwa dalam membuat sebuah keputusan *lifestyle entrepreneur* diartikan sebagai seseorang yang berjalan sesuai dengan minat dan berusaha mencapai keseimbangan di berbagai bidang kehidupan. *Lifestyle entrepreneur* juga saling peduli dengan komunitas, lingkungan dan kepentingan gaya hidup yang dimiliki.

c. Kelebihan dan Kelemahan *Entrepreneur* dengan Gaya Hidup Yang Dimiliki

Penelitian Dalam menjalankan bisnis penting untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan yang dimiliki. mengetahui kelebihan dan kelemahan penting agar nantinya entrepreneur dapat mengetahui apa saja hal yang dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kelebihan kelemahan dari entrepreneur yang erat kaitannya dengan gaya hidup yang dimiliki. salah satu kelebihan yang dimiliki oleh entrepreneur dengan latar belakang gaya hidup adalah dengan bisnis sneaker entrepreneur dapat menambah koleksi dan dapat memenuhi hobi yang dimiliki. selain itu bisnisnya juga dapat menyediakan gaya hidup yang dimiliki oleh entrepreneur. Dalam penelitian ditemukan bahwa kelebihan dan kelemahan entrepreneur berhubungan langsung dengan gaya hidup yang dimiliki. menurut Alma (2000) dalam Saiman (2009:28) berwirausaha mempunyai kelebihan dan kelemahan. Kelebihan yang dimiliki entrepreneur biasa dapat berupa tercapainya peluang-peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki oleh diri sendiri. Kelebihan lain yang ditemukan adalah terbukanya peluang untuk mendemonstrasikan potensi seseorang secara penuh, memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal, terbukanya peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha konkret dan terbukanya peluang untuk menjadi bos minimal bagi dirinya sendiri. Sedangkan kelemahan dari seorang entrepreneur biasa adalah yang pertama entrepreneur memperoleh pendapatan yang tidak pasti dan memikul berbagai resiko. Kedua, entrepreneur bekerja lebih keras atau jam kerja yang lebih panjang. Ketiga, kualitas hidup entrepreneur yang masih rendah sampai usahanya berhasil. Keempat, entrepreneur memiliki tanggung jawab yang besar, banyak keputusan yang harus dibuat walaupun mungkin kurang menguasai permasalahan yang dihadapi. Kelebihan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian berbeda dengan apa yang telah disampaikan oleh pernyataan diatas. Kelebihan yang dimiliki oleh *entrepreneur* dengan latar belakang gaya hidup lebih berfokus pada nilai-nilai individu yang dimiliki daripada entrepreneur biasa. kelebihan tersebut berupa entrepreneur berlatar belakang gaya hidup tidak mudah bosan dan jenuh dalam menjalankan bisnis sneaker mereka. Karena pada dasarnya mereka suka dan hobi mengkoleksi sneaker maka dalam bisnisnya mereka dapat menambah dan memperdalam pengetahuan sneaker sehingga mereka dapat mengikuti perkembangan sneaker menjadi sebuah kelebihan. Terlebih lagi *entrepreneur* dengan latar belakang gaya hidup lebih mudah dalam memasarkan produknya karena mereka dengan senang hati dapat memasarkan produk yang mereka jual dengan memakai sendiri produk yang akan mereka jual. Kelebihan yang terakhir adalah entrepreneur dengan latar belakang gaya hidup dapat menambah relasi dan pertemanan. Hal tersebut karena kebutuhan mereka akan informasi dari sneaker mengharuskan mereka untuk bergabung dengan komunitas sehingga *entrepreneur* dapat menambah relasi dan pertemanan melalui komunitas.

Sedangkan mengenai kelemahan *entrepreneur* berlatar belakang gaya hidup hanya terfokus pada dua hal. Dua hal tersebut yaitu entrepreneur dengan latar belakang gaya hidup sering tergiur dengan arang dagangannya sendiri sehingga ketika menemukan sneaker yang disukai mereka akan memakai sendiri dan tidak menjualnya. Dari perbuatan tersebut akan mengurangi keuntungan yang didapat. Yang kedua, karena mereka sering mengambil barang dagangannya sendiri sehingga otomatis akan mengurangi keuntungan yang didapat. Sehingga keuntungan yang seharusnya dapat digunakan sebagai modal untuk mengembangkan bisnisnya jadi berkurang, dengan begitu akan mempengaruhi perkembangan bisnis sneaker.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ditemukan dua alur alasan narasumber dalam mendirikan bisnis mereka. Kelompok pertama memulai bisnisnya dari hobi atau kesukaan terhadap sneaker terlebih dahulu. Kelompok kedua memulai bisnisnya dikarenakan adanya kesempatan menjual sneaker. Namun pada akhirnya setelah menjalankan bisnis sneaker kedua kelompok ini akhirnya menyukai sneaker dan menggunakan sneaker sebagai gaya hidup yang dimiliki. Dalam menjalankan bisnisnya ada beberapa hubungan timbal balik yang terbentuk antara kesukaannya atau gaya hidupnya terhadap bisnis. Hubungan tersebut berupa narasumber menginginkan nilai tambah dan keuntungan dari gaya hidupnya atau sneaker. Kedua, mendirikan dan menjalankan bisnis sneaker karena ingin mengikuti perkembangan dan menambah pengetahuan tentang gaya hidupnya yaitu tentang sneaker. Yang terakhir ingin menambah koleksi sneakernya.
2. Ada beberapa peran dari gaya hidup yang memengaruhi keputusan dari seorang *entrepreneur*. Peran tersebut berupa kesukaan pada merk tertentu pada sneaker mempengaruhi keputusan pengambilan, mengutamakan barang atau merk sneaker yang disukai, mempertimbangkan informasi akan produk yang dijual dan keputusan didominasi oleh barang atau sneaker yang disukai
3. Terdapat beberapa kelebihan dan kelemahan *entrepreneur* yang mempunyai bisnis yang erat kaitannya dengan gaya hidup. Kelebihan tersebut yaitu menambah koleksi sneaker dan terpenuhinya hobi, menyediakan gaya hidupnya, tidak mudah merasa bosan dan jenuh, menambah dan memperdalam pengetahuan tentang sneaker sehingga dapat mengikuti perkembangan sneaker, lebih mudah dalam memasarkan produknya dan menambah pertemanan. Sedangkan kelemahan yang dimiliki *entrepreneur* yang memiliki bisnis yang erat kaitannya dengan gaya hidup yang dimiliki adalah mengurangi keuntungan karena mengambil dagangan sendiri dan menghambat perkembangan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ateljevic, Irena dan Stephen Doorne. (2000). *Staying Within the Fence: Lifestyle Entrepreneur in Tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*. 8(5). 378-392. 2000
- Badan Pusat Statistik (2017). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2017*. Diperoleh pada 23 Januari 2018 jam 20.31 di <https://www.bps.go.id/galeri#>
- Boluk, Karla dan Ziene Mottiar. (2014). *Motivations of Social Entrepreneur: Blurring the Social Contribution and Profits Dichotomy*. Emerald Group Publishing Limited, *Social Enterprise Journal*, Vol 10, No.1, 2014, pp 53-68
- Byers, Terri, dan Trevor Slack. (2001). *Strategic Decision-Making in Small Businesses Within The Leisure Industry*. *ProQuest: Journal of Leisure Research*, Second Quarter, Vol. 33, No. 2, 2001, pg 121-135
- Creswell, John W. (2009). *Reserach Design : The Selection of a Research Design* (Third Edition). Sage Publications, Inc.
- Dinas perindustrian dan perdagangan daerah istimewa yogyakarta. (2017). *Hasil Sementara Pendaftaran Usaha Sensus Ekonomi 2016 Tahap Awal Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Diperoleh pada 14 Februari 2018 jam 22.58 di <http://disperindag.jogjaprovo.go.id/v4/utama.php#next>
- Daisy Dawson , Joanna Fountain dan David A. Cohen. (2011). *Seasonality and the Lifestyle "Conundrum": An Analysis of Lifestyle Entrepreneurship in Wine Tourism Regions*, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16:5, 551-572, 2011
- Kochanowski, Susan M. (2005). *Frank De Rafefe, Jr: The Process of Building New Entrepreneurs*. *Journal of Applied Management an Entrepreneurship*, Vol. 10, No. 2, 2005, pg 107-114
- Kobia, Margaret, dan Damary Sikalieh. (2010). *Towards a Search for The Meaning of Entrepreneurship*. Emerald Group Publishing Limited: *Jornal of European Industrial Training*, Vol. 34, No. 2, 2010, pg 110-127
- Kompasiana. (2015). *Raket Astec Produksi Susi dan Alan Berkembang Pesat*. Diperoleh pada 15 Januari 2018 jam 20.41 di https://www.kompasiana.com/villa/raket-astec-produksi-susi-dan-alan-berkembang-pesat_5519bd2aa33311af1ab6597c
- Nike (2015). *Bill Bowerman: Nike's Original Innovator*. Diperoleh pada tanggal 24 Januari 2018 jam 19.15 di <https://news.nike.com/news/bill-bowerman-nike-s-original-innovator>
- Marcketti, Sara, Linda S. Niehm dan Ruchita Fuloria. (2006). *An Exploratory Study of Lifestyle entrepreneurship and Its Relationship to Life Quality*. *Family and Consumer Sciences Journals*, Vol. 34, No.3, 241-259, 2006
- Saiman, Leonardo.(2009). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan kasus-kasus*. Jilid 1, Jakarta: Salemba Empat

- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. *Metode Penelitian untuk Bisnis (terjemahan)*. Edisi 6. Jakarta Selatan: Salemba Empat
- Suryana, Yuyus, dan Kartib Bayu. (2015). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Edisi 2. Jakarta: Prenamedia Group
- Susetio, Prakoso Budi. (2014). *Wirausaha Sukses: Awali dari Hobi & Keinginan*. Diperoleh pada 14 februari 2018 jam 22.46 di <http://entrepreneur.bisnis.com/read/20140417/88/220275/wirausaha-sukses-awali-dari-hobi-keinginan>
- Tirto (2017). *Jokowi Bersama CEO Muda Dorong Wirausaha Baru Berkiprah di EW*. Diperoleh pada 24 Januari 2018 jam 18.18 di <https://tirto.id/jokowi-bersama-ceo-muda-dorong-wirausaha-baru-berkiprah-di-ew-cBUq>
- Tirto (2017). *Cetakan Wafel dan Kisah Kelahiran Sepatu Nike*. Diperoleh pada 24 januari jam 19.03 di <https://tirto.id/cetakan-wafel-dan-kisah-kelahiran-sepatu-nike-ct2d>
- Velasco, Marie, Severine Saleilles. (2007). *The Local Embeddedness of Lifestyle Entrepreneur: An Exploratory Study*. *Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research, 2007*, pg 1-20
- Washingtonpost. (2014). *When We Were Small: Under Armour*. Diperoleh pada 15 Januari 2018 jam 19.21 di https://www.washingtonpost.com/business/on-small-business/when-we-were-small-under-armour/2014/11/11/f61e8876-69ce-11e4-b053-65cea7903f2e_story.html?utm_term=.de4bb60465a5
- Weinstein, Laurence. (2003). *Turning a Hobby into Millions*. *New England Journal of Entrepreneurship*. Vol. 6. No. 2. 2003, pg 19-24
- Wikipedia. (2018). *Josep William Foster*. Diperoleh pada 15 Januari 2018 jam 20.39 di https://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_William_Foster,
- Yin, Robert K. (2013). *Studi Kasus & Metode (terjemahan)*. Jakarta: Rajawali Pers