

## IDENTIFIKASI MOTIVASI WIRAUSAHA PEREMPUAN PEDESAAN DENGAN HADIRNYA MITRA PEMBANGUN BERDASARKAN PENDEKATAN TEORI HARAPAN

**Teguh Endaryono**

Universitas Prasetiya Mulya

e-mail : teguh@pmbs.ac.id

### ABSTRAK

Kewirausahaan merupakan alternatif untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat. Pembangunan di pedesaan didominasi oleh kegiatan agronomi dan peran laki-laki menjadi tulang punggung pendapatan keluarga. Untuk merespon meningkatnya kebutuhan hidup, perempuan berkesempatan terlibat dalam bisnis yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Berdasarkan teori harapan (Vroom, 1964), studi kasus ini mengamati bagaimana wirausaha perempuan pedesaan merespon kehadiran mahasiswa yang mengikuti kegiatan pengembangan komunitas sebagai mitra pembangun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana harapan, pertautan dan valensi menurut wirausaha perempuan pedesaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan narasumber wirausaha perempuan yang menjadi mitra usaha kegiatan pengembangan komunitas mahasiswa STIE Prasetiya Mulya. Penelitian menghasilkan temuan spesifik dipilah dari aspek individu dan sosial. Aspek individu, mereka berkeinginan menambah penghasilan, keahlian dalam akuntansi sederhana, mensiasati kelangkaan bahan baku serta stimulus modal. Dari sisi sosial, yakni tidak bergantung secara ekonomi pada orang tua, keleluasaan mengatur waktu, memiliki rumah produksi, dan menambah aset keluarga.

**Kata Kunci :** wirausaha, harapan, pertautan, valensi, mitra pembangun

### ABSTRACT

*Entrepreneurship is an alternative to improve the ability of the local economy. Development in rural areas, which are dominated by agronomic activities and the roles of men as the bread winner of the family income. In order to respond the increasing needs of life, women had the opportunity to engage in business that can increase the family income. Based on the expectancy theory (Vroom, 1964), this case study examining how the women entrepreneurs in rural respond to the presence of students whom follow the activity of community development as a builder. The aims of this study is to find out the expectancy, instrumentality and valence according to the rural women entrepreneurs. This study uses a case study with the informant are the women entrepreneurs who become as business partners of the community development activities the student of STIE Prasetiya Mulya. The specific finding in this research distinguished between individual and social aspect. In terms of individuals, they want to increase income, skill in basic accounting, anticipate the scarcity of raw materials and capital stimulus. In terms of social, they are not economically dependent on their parents, flexible hour, have a production house, and add to the family assets.*

**Keywords :** entrepreneur, expectancy, instrumentality, valence, builder

### PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil dan menengah merupakan salah satu penopang perekonomian nasional yang secara langsung memberikan kontribusi pada kemampuan ekonomi masyarakat. Dari data Biro Pusat Statistik mengenai perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) periode 1997-2012, di Indonesia sektor usaha mikro, kecil dan menengah mampu menyerap 107 juta lebih tenaga kerja. Semua diawali dengan usaha kecil untuk kemudian dengan usaha keras dan perjuangan mampu menjadi medium dan bahkan bisa menjadi pemain dominan di industrinya.

Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari bagaimana mereka mengelola produk, pasar, pelanggan, pesaing, organisasi dan lainnya. Usaha dengan skala bisnis yang masih kecil memiliki kekhasan yang fleksibel dan tidak kompleks di dalam mengelolanya.

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah memilah wirausaha dalam skala mikro, kecil, menengah dan besar. Sebagian besar usaha bisnis berada di ranah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah usaha skala mikro dan kecil pada tahun 2012 mencapai angka lebih dari 56 juta unit usaha. Sebanyak 60

persen unit usaha sektor mikro dan kecil digerakkan oleh wirausaha perempuan. Keberadaan perempuan dalam usaha skala mikro dan kecil menarik untuk ditelaah lebih mendalam mengingat posisi mereka dalam sistem sosial sering diartikan berbeda dengan laki-laki di dalam menggerakkan usaha bisnis. Dinamika sosial terkait dengan perempuan sebagai wirausaha antara lain memiliki motivasi menambah penghasilan keluarga atau yang lain dan juga bagaimana mereka menyeimbangkan peran sebagai ibu di rumah tangga dan sebagai wirausaha perempuan. Motivasi merupakan faktor penting yang membedakan antara usahawan baru yang memiliki "progress" dibandingkan dengan mereka yang tidak bertumbuh secara bisnis (Renko *et al.*, 2012). Penelitian ini hendak melihat bagaimana motivasi menjadi salah satu unsur penting bagi wirausaha perempuan, terutama bagi mereka yang baru mengembangkan bisnis dalam skala kecil.

#### MASALAH DAN TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang permasalahan serta kehadiran mitra pembangun (*builder*), maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana motivasi wirausaha perempuan dalam mengembangkan usaha bisnisnya, dalam konteks relasi hubungan antara mitra bisnis dan mitra pembangun. Mitra pembangun (*builder*) adalah sekelompok mahasiswa, biasanya berjumlah sekitar 8 orang yang tinggal dirumah penduduk yang notabene adalah sebagai mitra bisnis. Mitra pembangun memiliki tugas utama dalam mendampingi mitra bisnis dalam menjalankan atau mengembangkan bisnisnya. Sedangkan mitra bisnis adalah keluarga yang menerima kehadiran mahasiswa sebagai mitra pembangun, tinggal bersama dan menjalankan bisnis, meskipun masih dalam skala mikro. Penelitian ini fokus pada perubahan yang terjadi pada perkembangan wirausaha perempuan di pedesaan. Menurut Welch *et al.*, (2008), peneliti menaruh perhatian pada wirausaha perempuan terkonsentrasi pada mengukur perbedaan secara gender; misalkan wirausaha perempuan cenderung menghindari risiko dibandingkan dengan wirausaha laki-laki. Wirausaha perempuan menurut Bird dan Brush dalam Welch *et al.*, (2008) lebih menaruh perhatian pada keberlanjutan usahanya dibandingkan pertumbuhan bisnis yang cepat. Weiler dan Bernasek (2001) memberikan argumen bahwa keberhasilan dari wirausaha perempuan lebih ditentukan oleh harapan akan pemenuhan diri dibanding profit. Konsistensi dapat ditekankan pada pemahaman mengenai aktor

individu. Penelitian yang dilakukan Franck (2012) mengenai wirausaha perempuan di Malaysia menegaskan bahwa pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor motivasi pengusaha perempuan kelas mikro dan informal dan juga kondisi lingkungan bisnisnya menjadi penting untuk pengambilan kebijakan yang tepat bagi perkembangan mereka.

Penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi harapan, pertautan, dan valensi dorongan personal, dalam aspek individu dan sosial para wirausaha perempuan di pedesaan didalam pola berdampingan antara mitra bisnis dan mitra pembangun.

Manfaat penelitian adalah untuk memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan di ranah perilaku sumberdaya manusia kewirausahaan khususnya wirausaha perempuan di pedesaan, menghasilkan rekomendasi praktis yang mendorong perubahan secara efektif dan meningkatkan efisiensi peran para pemangku kepentingan kewirausahaan perempuan di pedesaan, serta dapat mengembangkan kewirausahaan perempuan di pedesaan terutama dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pemangku kepentingan pendukung dalam hal ini pemerintah daerah dan universitas.

#### KONSEP KEWIRAUSAHAAN

Menurut Scarborough (2014) *entrepreneur*, adalah seseorang yang menciptakan sebuah bisnis baru dengan segala risiko dan ketidakpastian untuk tujuan mendapatkan keuntungan dan pertumbuhan usaha yang teridentifikasi dari kemampuannya mendapatkan peluang yang baik dan kecakapan dalam memanfaatkan serta mengelola sumberdaya yang dimiliki. Seorang usahawan dapat melakukan hal yang lebih dari pencipta bisnis. Kehidupan usahawan yang dinamis dengan kreatifitasnya menciptakan dan menjalankan ide bisnis yang baru menyebabkan bisnis yang lainnya menjadi usang. Fenomena ini yang menjadikan perekonomian menjadi hidup. Meskipun ini merupakan gejala yang wajar dalam bisnis, pada kenyataannya ini merupakan indikasi dari sistem ekonomi yang berjalan secara sehat dan tumbuh. Kreatifitas menciptakan cara baru atau cara yang lebih baik di dalam merespon kebutuhan dari masyarakat dengan semakin baiknya kualitas hidup dan standar hidup.

Stevenson dan Jarillo (1990) mengatakan penelitian tentang kewirausahaan pada umumnya bisa dibagi ke dalam tiga kategori; yakni, apa yang terjadi ketika usahawan bertindak, mengapa mereka bertindak dan bagaimana mereka bertindak.

Pertama, melihat apa yang dihasilkan oleh usahawan yang menekankan pada aspek ekonomi. Usahawan harus fokus pada proses yang memberikan dampak pada perekonomian. Dampak dari kegiatan kewirausahaan setidaknya memiliki karakteristik yang dapat mengidentifikasi usahawan sebagai individu dapat mempengaruhi lingkungan ekonomi serta bagaimana usahawan tersebut melihat benefit atau manfaat yang diperoleh dari kegiatan wirausaha dalam meningkatkan atau memperbaiki ekonomi masyarakat. Kedua, menekankan pada aspek sosiologi atau psikologi yang melihat usahawan sebagai individu dengan berbagai ragam latar belakang, lingkungan, tujuan, nilai-nilai dan motivasinya dianggap sebagai obyek nyata untuk dilakukan analisa. Antara individu dengan lingkungannya memiliki hubungan kausalitas yang perlu dipertimbangkan dalam motif perilaku wirausaha sebagai individu. Ketiga, adalah bagaimana seorang usahawan bertindak yaitu melihat bagaimana seorang usahawan mampu untuk mencapai tujuannya, terlepas dari alasan-alasan personal dan dukungan lingkungan sekitarnya dan dampak dari apa yang dilakukannya. Lingkungan memberikan relevansi dalam bagaimana usahawan merespon adanya kesempatan untuk menggali lebih dalam ketidakefisienan yang ada di pasar dan juga bagaimana mereka membentuk usaha baru yang berhasil (Stevenson dan Jarillo, 1990). Penelitian dilakukan dengan menganalisis karakteristik manajerial usahawan, usaha dalam menggapai sasaran, serta dampaknya terhadap lingkungan.

### **TEORI HARAPAN DALAM KONTEKS MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK WIRAUSAHA PEREMPUAN**

Secara umum teori motivasi dipilah dua bentuk dasar, yang pertama adalah fokus pada atribut yang melekat pada individu yang dikenal sebagai teori konten yang kedua fokus pada interaksi antara individu dengan lingkungannya yang dikenal sebagai teori proses. Teori harapan merupakan teori proses dari motivasi, dimana motivasi merupakan fungsi dari persepsi individu pada lingkungannya dan harapan-harapan mereka berdasarkan persepsi mereka (Fudge & Schlacter, 1999).

Teori harapan, sekian lama digunakan untuk menjelaskan motivasi karyawan. Teori ini menunjukkan bahwa motivasi merupakan fungsi perkalian dari tiga konstruk yakni : pertama, *expectancy* atau harapan, bahwa individu memperkirakan bahwa apa yang mereka kembangkan dan upayakan akan mengarah pada

pencapaian hasil atau kinerja yang diharapkan organisasi (Russell *et al.*, 2015). Sementara itu Vroom (1964), menegaskan bahwa harapan mengindikasikan adanya kepastian bahwa tindakan yang dilakukan akan diikuti dengan hasil tertentu. Kedua, *instrumentality* yang menurut Vroom (1964) merupakan pertautan antar hasil yang satu dengan hasil yang lain. Pertautan tersebut mengindikasikan bahwa hasil pertama yang diperoleh diyakini sebagai sebuah situasi yang cukup dan diperlukan untuk pencapaian hasil yang berikutnya. Sementara itu Russell *et al.*, (2015) dalam konteks *instrumentality*, individu memiliki perkiraan bahwa apa yang mereka lakukan akan memberikan hasil yang baik apabila mereka memberikan upaya, mengembangkan dan menerapkan inovasi. Untuk mengefektifkan *instrumentality* ini, dalam sebuah organisasi atasan bisa mengklarifikasi kemungkinan penghargaan atas pencapaian yang diperoleh (Schermerhorn, 2015). Ketiga, *valence*, adalah sejauh mana daya pikat individu pada penghargaan yang mereka peroleh atas keberhasilan organisasi atau kinerja dari individu (Russell *et al.*, 2015) atau yang dalam bahasa Vroom (1964), melihat valensi sebagai sebuah orientasi afektif terhadap hasil-hasil tertentu. Dalam konteks organisasi diperlukan pemahaman dalam melihat kebutuhan-kebutuhan apa yang penting menurut individu-individu yang berbeda (Schermerhorn, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Renko *et al.*, (2012) menemukan hubungan yang signifikan antara harapan dan valensi dalam konteks keuangan. Motivasi muncul karena didorong oleh keberhasilan secara keuangan. Tingkat usaha yang dilakukan oleh usahawan baru tetap tinggi terlepas dari tinggi rendahnya tingkat harapan, apakah upaya yang dilakukan akan berhasil di waktu yang akan datang.

Pada saat bisnis dimulai, penting bagi usahawan untuk memiliki beberapa keahlian. Usahawan perempuan di pedesaan memerlukan pendampingan di dalam meningkatkan kemampuan teknis dan kemampuan kewirausahaan dengan dukungan dari institusi yang relevan dan pemberi layanan yang mendukung kegiatan kewirausahaan yang memampukan masyarakat yang kurang beruntung untuk bisa meningkatkan taraf kehidupan sosial ekonominya (Phungwayo *et al.*, 2014).

Douglas and Shepherd (2000), menaruh perhatian pada sikap individu yang menginginkan independensi. Dengan independensi, mereka bisa mengontrol pengambilan keputusan secara mandiri, tidak tergantung atau bergantung pada orang lain. Banyak orang merasa nyaman dengan independensi

ini. Keadaan ini memberikan konsekuensi bahwa mereka harus mau bertanggung jawab dengan keputusan yang diambil.

Menurut Manolova *et al.*, (2007) dalam studinya menjelaskan ada dua faktor yang menentukan harapan dari usahawan yakni modal manusia dan modal sosial. Modal Manusia antara lain tingkat pendidikan, kemahiran dalam menggunakan teknologi, pengalaman manajerial, serta persepsi benefit dari pengalaman sebelumnya. Modal sosial diperlukan bagi usahawan antara lain keanggotaan dari sebuah asosiasi atau jejaring kerja serta adanya mentor atau pendamping bisnis. Dalam menjalankan bisnis, usahawan perempuan memiliki persepsi adanya benefit bagi dirinya dalam bentuk pengalaman manajerial, akses informasi, adanya *mentoring*, akses ke lembaga keuangan. Usahawan perempuan secara khusus dalam studinya Manolova (2007) menyarankan untuk lebih menekankan pendekatan kalkulatif dalam jejaring sosial mereka. Peran modal sosial guna mempertajam motivasi dan keyakinan akan keberhasilan dalam perekonomian masyarakat menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut. Penelitian ini berusaha untuk menggali lebih dalam bentuk harapan, pertautan, dan valensi dalam konteks individu dan sosial.

Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini bermanfaat bagi pemangku kepentingan UMKM di Indonesia terutama yang menaruh perhatian pada pengembangan usaha kecil pedesaan dalam mengambil kebijakan.

## **PENELITIAN WIRAUSAHA PEREMPUAN**

Perempuan menjalankan aktivitas kewirausahaan melandaskan pada beberapa alasan. Studi yang dilakukan oleh Rei-Marti *et al.*, (2014) menjelaskan beberapa motivasi perempuan dalam menjalankan usaha. Karakter yang siap untuk menghadapi risiko dalam menjalankan usaha agar dapat bertahan, mencari kehidupan yang lebih seimbang, dorongan untuk mengembangkan kemampuan bisnisnya, kebutuhan untuk bekerja secara mandiri, dan harapan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi dibanding bila mereka bekerja sebagai karyawan.

Sumber daya non fisik seperti, modal manusia merupakan modal yang paling penting dan kritis untuk keunggulan bersaing karena modal ini sangat sulit untuk ditiru (Jackson *et al.*, 2003). Pengambilan keputusan seorang perempuan untuk memiliki dan mengelola bisnis sendiri merupakan keputusan yang kompleks yang dipengaruhi oleh kepribadian dan aspirasinya. Sehubungan dengan itu, perempuan yang memulai bisnis berupaya untuk menunjukkan

diri bahwa mereka dapat mengatasi tantangan yang ada. Usahawan perempuan menurut Welsh *et al.*, (2014) dalam penelitiannya mengenai usahawan perempuan di Saudi Arabia mengatakan bahwa usahawan perempuan umumnya memiliki kepercayaan diri dalam kemampuannya melakukan negosiasi dengan orang lain, melakukan inovasi produk, manajemen secara umum. Kondisi itu menyebabkan usahawan memerlukan pelatihan mengenai pembelian, pemasaran, bahasa dan keuangan.

Kewirausahaan menjadi sebuah area yang penting di Asia termasuk di dalamnya adalah Indonesia. Menurut Dhaliwal (1998) wirausaha perempuan di Asia secara relatif sedikit memiliki kebaruan dalam peran, tanggung jawab dan kemampuan relasional dalam menjalankan bisnisnya, banyak diantara mereka membutuhkan bantuan. Motivasi untuk menjadi usahawan adalah menghindari diskriminasi dan status pekerjaan yang berbeda dibanding laki-laki di pasar tenaga kerja. Usahawan memiliki beragam motivasi yang kompleks dalam memulai sebuah usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Chu (2000) di Hong Kong, menegaskan bahwa perempuan memiliki keinginan menjadi usahawan dalam empat kategori yakni untuk membantu suami dalam mendapatkan penghasilan, karena tuntutan dari keluarga misalkan untuk melanjutkan bisnis keluarga. Dua kategori lain yakni pencapaian individu, dimana mereka menginginkan anak-anaknya bisa studi di perguruan tinggi, membantu ekonomi keluarga besarnya, untuk menunjukkan bahwa dirinya bisa menjalankan bisnis dengan sukses. Faktor kontekstual menyebabkan perempuan memilih menjadi usahawan yang disebabkan oleh ketidakpuasan yang diperoleh ketika mereka bekerja di perusahaan.

Menurut Ismail dalam Franck (2012) yang melakukan studi mengenai wirausaha perempuan di Malaysia menemukan bahwa mereka memiliki motivasi yang beragam untuk menjadi pengusaha. Secara umum motivasinya adalah kesempatan untuk meningkatkan penghasilan, kebebasan dan fleksibilitas dalam hal waktu, mereka memiliki ketertarikan pada bidang tertentu, mereka menginginkan pekerjaan dengan penghasilan yang lebih baik dan otonomi secara personal.

## **METODE**

Penelitian ini diawali dengan penelitian pustaka yang dilakukan peneliti untuk mempelajari lebih lanjut mengenai penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya tentang wirausaha perempuan dan teori

harapan. Penelitian ini dilakukan di Desa Mayak, Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat. Lokasi ini merupakan salah satu lokasi dilakukannya kuliah pengembangan komunitas mahasiswa STIE Prasetya Mulya. Studi dilakukan oleh peneliti dengan mengunjungi beberapa mitra bisnis yang semuanya adalah perempuan di dampingi oleh fasilitator dan mitra pembangun. Teknik Pengumpulan data yang lain dilakukan dengan wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Penelitian studi kasus ini menggunakan tujuh nara sumber wirausaha perempuan yang menjadi mitra usaha kegiatan pengabdian masyarakat mahasiswa STIE Prasetya Mulya tahun 2015 yang berlokasi di Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur. Penelitian yang dilakukan mendasarkan pada aspek teori harapan yang terkait pada aspek manusia, peneliti memilih untuk menggunakan metode wawancara yang diharapkan dapat mendapatkan informasi yang dalam dari para narasumber. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria : memilih sampel berdasarkan posisi dengan akses tertentu yang dianggap memiliki informasi yang berkaitan dengan permasalahannya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data (Sutopo, 2006:64). Karena terkait dengan beragam aspek manusia; penelitian mengenai teori harapan pada wirausaha perempuan ini ditunjang oleh metode wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung dengan narasumber, agenda wawancara disesuaikan dengan ketersediaan waktu dari narasumber, mengingat kesibukan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana pertautan, harapan dan penghargaan dapat meningkatkan upaya kewirausahaan, dan untuk itu diperlukan pemahaman empatik, dengan cara merasa berada di dalam diri narasumber dengan berkemampuan dalam mereproduksi diri pikiran orang lain, perasaan, motif yang menjadi latar belakang kegiatannya. Bridges Byrne dalam Silverman (2011) mengatakan bahwa kegiatan wawancara secara khusus bermanfaat untuk memperoleh perilaku dan nilai-nilai secara individual, yang hal ini tidak bisa diperoleh dalam kuisioner secara formal. Pertanyaan terbuka dan fleksibel adalah untuk mendapatkan respon yang bisa dipertimbangkan dari sampel. Pertanyaan bisa berupa peristiwa, pemahaman, pengalaman dan opini para usahawan yang dijadikan sampel. Metode wawancara ini dipilih karena lebih menghemat waktu dan sumberdaya (Silverman, 2011).

Penelitian ini dilakukan untuk memperdalam pemahaman tentang bagaimana harapan, pertautan (*instrumentality*) dan penghargaan dapat secara kontekstual sebagai salah satu cara untuk meningkatkan upaya kewirausahaan perempuan terutama di pedesaan. Guna mendapatkan informasi lebih dalam mengenai bagaimana dan mengapa motivasi sebagai salah satu cara untuk meningkatkan upaya kewirausahaan, teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Metode wawancara dalam bentuk *semi structured* menurut Arikunto (2002), diawali dengan peneliti yang menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam untuk mengorek keterangan lebih lanjut. Jawaban yang diperoleh dari proses wawancara keterangan yang lengkap dan mendalam.

Wawancara dilakukan secara langsung bertemu dengan sampel. Menurut Silverman (2011) sampel yang merupakan narasumber merupakan subyek yang mengalami secara aktif membentuk kehidupan sosialnya. Masalah mendasar dalam proses wawancara ini adalah mendapatkan data yang otentik yang merupakan pengertian yang dalam dari pengalaman narasumber. Secara umum pertanyaan utama yang diberikan antara lain : Apa harapan anda dengan menjalankan usaha ini ? ; baik dalam aspek individu, aspek sosial, persepsi benefit, atau aspek lainnya. Apa dimensi pertautan yang anda yakini akan memberikan *outcome* di dalam menjalankan usaha ini ? Apa bentuk apresiasi atau penghargaan yang anda inginkan dalam menjalankan usaha ini ?

Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles & Huberman dalam Idrus, (2009). Model ini terdiri dari tiga hal utama yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga kegiatan ini merupakan kegiatan yang jalin menjalin pada saat sebelum, selama dan sesudah dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan.

### **KRITERIA SAMPEL**

Dalam penelitian ini, peneliti berhasil mewawancarai tujuh orang usahawan yang kesemuanya adalah wirausaha perempuan. Sampel pertama adalah seorang ibu dengan inisial NS, berusia pada saat wawancara adalah 30 tahun. Sampel tersebut menjalankan usaha mie ayam, aktivitas dominan adalah untuk penyiapan bahan baku dan sebagian aktifitas penjualan. Pendidikan lulusan SMA, saat ini tengah meneruskan pendidikan tinggi agama Islam di salah satu perguruan tinggi di

Cianjur, dan setiap hari rabu mengajar agama Islam di salah satu SMP di Cibeber. Usaha mie ayam yang dijalankan masih sebagai usaha sampingan, fokus aktifitas ibu ini terutama adalah mengasuh empat anak laki-lakinya yang berusia antara dua tahun sampai dengan tujuh tahun. Penghasilan sebagai guru honorer masih lebih kecil dibanding penghasilan dari usaha jualan mie ayam.

Sampel kedua, menggunakan inisial RS merupakan perempuan berusia 32 tahun ini memiliki anak dua berusia lima belas tahun dan empat tahun. Suami dari sampel kedua tidak memiliki pekerjaan tetap (serabutan), anak pertama adalah anak dari suaminya dengan istri sebelumnya. Ibu ini menjalankan usaha di bidang makanan ringan berupa keripik yang terbuat dari talas, dengan pendidikan SMA paket C. Usaha bisnis yang dilakukan sudah berjalan secara berkelanjutan meskipun masih dalam skala mikro.

Sampel ketiga adalah seorang ibu rumah tangga yang sebelumnya pernah tinggal di Timur Tengah sebagai tenaga kerja wanita, selama delapan tahun. Inisial ibu ini adalah WS, berusia 35 tahun pada saat wawancara dan sudah berkeluarga memiliki dua orang anak yang duduk di sekolah dasar dan sekolah menengah pertama. Usaha yang dijalankan oleh ibu ini adalah makanan *pizza* dan *kebab*. Suami dari sampel ketiga memiliki usaha dagang dan tidak banyak diperoleh informasi mengenai usaha dagang dari suaminya.

Sampel keempat, seorang perempuan berusia 25 tahun, memiliki dua orang anak perempuan yang masih balita. Suaminya berinisial MA adalah seorang tukang ojek. Sampel keempat ini memiliki usaha pembuatan manisan dan sirup dari buah pala. Aktivitas dari sampel ini adalah mengasuh kedua anak balitanya tetapi suaminya yang kurang mendukung usaha manisan dan sirup buah pala, tetapi masih memiliki keyakinan bahwa usaha bisnisnya akan memberikan penghasilan yang baik dan berkelanjutan.

Sampel kelima, berinisial NN, berusia 55 tahun, memiliki suami yang berpenghasilan tetap sebagai PNS di kantor kecamatan. Pendidikan sampel keempat ini adalah SMP dan memiliki lima orang anak yang sudah dewasa semua dan sudah memiliki enam orang cucu. Sampel ini memiliki bisnis yakni membuat kue donut kering, manisan paladang (buah pala dan papaya) dan keripik belut. Usaha yang dijalankan tidak hanya dijual di toko-toko di seputaran Cibeber, juga masuk ke salah satu supermarket di Cianjur.

Sampel keenam, seorang ibu rumah tangga yang juga memiliki usaha dibidang pembuatan keripik pisang. Sampel memiliki suami yang tidak memiliki pekerjaan yang tetap (serabutan). Wirausaha perempuan yang berusia 35 tahun ini memiliki seorang anak perempuan yang tengah bersekolah di salah satu madrasah setingkat SMP dan tinggal di pesantren di daerah Cibeber. Dalam perkembangannya usaha bisnis yang dijalankan tidak hanya keripik pisang namun juga dodol dari beras ketan.

Sampel ketujuh, seorang wirausaha perempuan berusia 35 tahun, memiliki usaha di bidang pembuatan roti *tart* sesuai dengan pesanan untuk perayaan ulang tahun atau pernikahan. Memiliki suami yang juga memiliki usaha yakni menjual bubur ayam. Sampel ini memiliki dua orang putra bersekolah di salah satu SMP di Cibeber dan satu anaknya lagi masih sekolah di TK. Sampel ketujuh ini memiliki cita-cita yang tinggi sewaktu SMEA (Sekolah Menengah Ekonomi Atas), yakni ingin menjadi ahli di bidang akuntansi, namun setelah gagal dalam tes masuk STAN (Sekolah Tinggi Akuntansi Negara) dengan keahlian yang ditularkan oleh orangtuanya akhirnya menekuni usaha bisnis pembuatan kue.

## TEMUAN LAPANGAN DAN DISKUSI

Wawancara dilakukan dalam kurun waktu bulan Agustus 2015 sampai dengan November 2015. Rentang waktu yang cukup lama ini dikarenakan tidak mudahnya menemukan waktu yang tepat baik dari sisi penulis maupun narasumber. Dari pengamatan dan wawancara yang dilakukan, penulis menemukan optimisme dari para wirausaha perempuan di pedesaan ini dalam menjalankan bisnisnya. Optimisme yang muncul tidak terlepas dari hasil interaksi para mitra bisnis ini dengan mitra pembangun dalam hal ini mahasiswa yang tengah menjalankan kegiatan kuliah lapangan dalam bentuk pengembangan komunitas. Pendampingan yang dilakukan di awal adalah adanya modal yang diberikan kampus dan pendampingan dari para mahasiswa. Mahasiswa memberikan pengetahuan-pengetahuan mengenai manajemen dan bisnis dalam beragam aspek antara lain pemasaran, produksi, dan pembukuan. Salah satu nara sumber mengungkapkan bahwa :

*“mereka, para mahasiswa pendamping; tidak seperti mahasiswa perguruan tinggi lain yang hanya eksperimen, ambil data dan setelah itu pulang”.*

Bantuan pendampingan yang diberikan mahasiswa menjadikan para wirausaha perempuan

lebih terarah dalam menjalankan bisnis dan lebih terukur, mereka dibuatkan prosedur produksi, keamanan makanan (untuk produk makanan) dan tata kelola pembukuan yang memilah antara kepentingan rumah tangga dan bisnis. Mahasiswa pendamping berbagi peran dan juga tidak sungkan-sungkan untuk terjun langsung melakukan promosi dan mencari pelanggan, menjalankan aktifitas produksi serta pembukuan. Dengan rerata delapan mahasiswa untuk setiap kelompok untuk satu mitra bisnis; sangat membantu sekali dalam aktifitas penjualan. Kehadiran mahasiswa juga memberikan pengalaman baru bagi para mitra, tidak hanya menyentuh aspek bisnis dan manajerial saja; para mahasiswa dengan aktifitas terjun langsung menjadikan contoh bagaimana dalam menjalankan bisnis harus tekun dan melakukan tindakan (aksi). Secara tidak langsung keadaan ini menumbuhkan *internal locus of control* dari para mitra bisnis. Dinamika interaksi yang ada memberikan pemahaman bahwa keberhasilan bisnisnya sangat tergantung dari kegigihan dan tidak boleh malas. Salah satu sampel mengatakan bahwa yang bersangkutan pernah ditegur oleh mahasiswa karena malas tidak mau mencoba.

Sampel yang berlokasi jauh dari jalan besar, kehadiran mahasiswa ini sangat membantu sekali dalam hal penjualan produk. Akses yang jauh menjadi tantangan tersendiri dari para wirausaha perempuan di pedesaan. Bila menggunakan jasa ojek atau angkutan tentunya menjadikan biaya ekstra yang dapat mengurangi laba mereka.

Kehadiran mahasiswa tidak selalu memiliki pemikiran yang sejalan dengan wirausaha perempuan yang menjadi mitra mereka. Keadaan ini dialami oleh wirausaha perempuan AW yang bergerak di bisnis pembuatan kue *tart* untuk perayaan ulang tahun maupun pernikahan. Mahasiswa dengan pemahaman bisnisnya untuk meningkatkan keuntungan yang tinggi dengan cara menekan biaya produksi antara lain dengan menggunakan bahan baru yang lebih murah yang notabene memiliki kualitas yang lebih rendah. Satu konflik yang muncul antara mitra wirausaha perempuan dan mitra pembangun adalah adanya perbedaan pendapat mengenai penggunaan bahan baku kue *tart*. Mitra pembangun memiliki usulan, bahwa untuk meningkatkan profit, adalah dengan menurunkan biaya bahan baku yakni dengan menggunakan bahan baku yang lebih murah. Usulan ini tidak diterima begitu saja oleh mitra wirausaha perempuan, dimana mereka tetap ingin

menggunakan bahan baku yang bagus untuk mempertahankan kualitas.

Diperlukan diskusi lebih lanjut untuk menggali lebih dalam harapan AW ini dalam mengembangkan bisnisnya; mahasiswa sebaiknya menempatkan diri sebagai fasilitator yang mampu bersiasat memberikan solusi bisnis yang meningkatkan penghasilan mitra tanpa mempertanyakan kembali prinsip-prinsip dasar yang dianut oleh mitra dalam menjalankan bisnisnya.

### **PENTINGNYA KEAHLIAN MANAJERIAL**

Temuan yang ada menegaskan bahwa aspek produksi dan pemasaran menjadi aspek yang krusial dalam mengawali sebuah bisnis. Pemilik bisnis terlibat di aspek produksi setidaknya bisa memahami karakter dari produk yang dihasilkan. Pelibatan pemilik usaha menjadi penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan menggunakan bahan baku yang tepat, menjalankan proses produksi yang efisien, sampai dengan penyajiannya yang menarik. Di level operasional narasumber NS yang menjalankan bisnis mie ayam ditantang harus dapat menentukan berapa porsi yang optimal dari satu kilogram ayam olahan, setara dengan berapa kilogram mie yang mereka buat sendiri. Setiap hari idealnya merencanakan berapa banyak jumlah terjual agar tidak banyak persediaan bahan mentah. Berapa menit waktu yang pas untuk memasak mie buatan mereka sendiri yang notabene memiliki karakteristik yang mungkin tidak sama dengan mie-mie lainnya. Tidak hanya di aspek produksi, di aspek pemasaran mereka dihadapkan pada tantangan bagaimana agar produk yang dihasilkan menarik minat calon konsumen, apakah dengan aktifitas pemasaran seperti halnya promosi atau penetapan harga yang pantas.

### **MOTIVASI WIRAUSAHA PEREMPUAN**

Dari hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh informasi dari para sampel bahwa dengan memiliki usaha sendiri lebih memiliki kebebasan dalam mengatur waktu mengelola usaha dan mengatur urusan rumah tangga. Interaksi antar anggota rumah tangga menjadi lebih lancar dan bisa sambil memperhatikan tumbuh kembang anak-anak mereka secara langsung. Usaha mandiri dari sampel lebih bisa mengoptimalkan waktu luang dan waktu senggangnya. Usaha bisnis yang dijalankan oleh perempuan yang menikah. Semua sampel yang dijadikan narasumber, yang berhasil diwawancara memiliki status menikah- diawal ditegaskan bahwa motivasi yang ada adalah membantu suami dalam

mendapatkan penghasilan. Empat dari tujuh sampel mengatakan bahwa tidak hanya menambah penghasilan namun juga menambah aset keluarga berupa tanah dan kendaraan bermotor. Penjualan meningkat cukup besar ketika ada kehadiran mahasiswa yang membantu dalam proses penjualan, pemasaran dan produksi. Satu sampel juga memiliki penghasilan yang meningkat ketika mahasiswa hadir membantu aktifitas bisnis mereka, uang yang terkumpul dipergunakan untuk membeli kendaraan bermotor roda dua, guna menopang aktifitas transportasi yang mendukung bisnis mereka. Dua sampel lainnya belum memberikan hasil yang lebih dari sebatas membantu keuangan keluarga. Beberapa faktor penyebab berdasarkan wawancara dan pengamatan adalah fokus terhadap keluarga bukan inti yang besar. Sampel WS, memiliki optimisme yang tinggi namun beberapa hal yang memerlukan perhatian ekstra antara lain orang tua yang sakit, adik perempuannya menitipkan salah satu anaknya yang masih balita untuk diurus, serta adik laki-laki-nya dan istrinya mengalami kecelakaan lalu lintas di waktu yang hampir bersamaan. Keadaan tersebut membutuhkan perhatian ekstra juga dana yang terpakai untuk kepentingan keluarga besarnya. Keadaan tersebut wajar terjadi untuk membantu saudara yang tengah kesulitan.

Tantangan lain dialami oleh sampel RS yang berbisnis keripik talas, suaminya awalnya tidak mendukung usaha ini karena talas yang dipergunakan itu gatal bila dikonsumsi. Mereka tidak menggunakan talas bogor karena harga perolehannya cukup tinggi. Sampel RS memiliki keberanian dan ketekunan untuk mencoba, sampai setidaknya tujuh kali mencoba akhirnya bisa diperoleh keripik talas yang tidak gatal di konsumsi. Keberanian mencoba diyakini olehnya akan memberikan hasil yang baik. RS juga melakukan tes produk ke tetangga dan kader posyandu dan minta pendapat mereka untuk perbaikan produk yang diperlukan.

Sebagian dari sampel yang digunakan, masih tetap menempatkan usaha bisnis yang dilakukan adalah untuk menambah penghasilan keluarga. Dari wawancara yang dilakukan dapat ditegaskan harapan-harapan dari wirausaha perempuan dalam bentuk harapan yang bersifat jangka pendek dan harapan jangka panjang. Dalam jangka pendek wirausaha perempuan menginginkan pada perbaikan alat untuk proses produksi. Harapan wirausaha perempuan RS adalah memiliki tempat produksi yang terpisah dengan rumah induk. Alasan dari keinginan tersebut karena aman dari jangkauan anak-anak, fokus sebagai ruang produksi dan

penyimpanan bahan baku dan produk jadi. Sejalan dengan RS, sampel AW menaruh harapan pada keinginannya menambah alat produksi agar kapasitas produksinya bertambah.

Dalam jangka panjang, wirausaha perempuan memiliki harapan bahwa bisnis yang dijalankan kedepan dapat menjadi andalan keluarga dalam mendatangkan uang, mulai saat ini fokus pada pengembangan bisnis ini lebih lanjut dan tidak bekerja lagi di tempat lain. Keadaan yang sama dialami juga oleh NS, harapan jangka panjang tersebut belum terealisasi dikarenakan NS dan suami belum memiliki keberanian untuk keluar dari pekerjaan. Sampel lain mengungkapkan bahwa dengan usaha yang dijalankan ini diharapkan memberikan penghasilan yang baik, bisa menabung dan anak-anak bisa mendapatkan pendidikan yang layak/baik. Beberapa sampel yakin bahwa usaha yang dijalankan akan berkembang sebagaimana ketika didampingi oleh mahasiswa, sudah memiliki sistem produksi yang baik dan target pasar yang jelas, mereka yakin bahwa usaha ini akan memberikan hasil yang lebih besar dibanding dengan bila bekerja di pabrik. Sejalan dengan NS, sampel NN melihat bahwa bisnis yang dijalankan harus berkembang lebih besar lagi dan dapat diwariskan ke anak-cucu.

Di aspek sosial, salah satu sampel mempunyai keinginan untuk tidak lagi bergantung kepada orang tua dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan ekstra rumah tangga, apalagi mereka sudah berkeluarga secara mandiri. Sampel MA menegaskan bahwa dirinya adalah ibu rumah tangga yang dalam budaya setempat bertanggungjawab pada pengelolaan rumah tangga dan pendidikan anak. Sampel menjelaskan bahwa usaha yang dijalankan semata-mata adalah untuk membantu suami dalam menambah penghasilan. Matrik berikut ini menggambarkan lebih dalam mengenai motivasi intrinsik maupun ekstrinsik dari para usahawan yang dalam penelitian ini dikhususkan pada pengusaha perempuan skala mikro yang berada di pedesaan.

## **MANAJEMEN BISNIS WIRAUSAHA PEDESAAN**

Keterbatasan modal, sumberdaya manusia, dan teknologi mempengaruhi kecepatan gerak perkembangan bisnis wirausaha perempuan di skala mikro. Dalam menjalankan bisnisnya usahawan perempuan harus merekrut karyawan dalam membantu menjalankan bisnisnya. Mendapatkan sumber daya manusia yang dapat dipercaya adalah hal yang. Di pedesaan banyak anak muda yang tidak bekerja, tetapi tidak memiliki kemauan dalam



**Tabel 1. Matrik relevansi dimensi harapan dalam aspek individu dan sosial mitra usaha**

Harapan	
Individu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah penghasilan keluarga.</li> </ul>
Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keluar dari ketergantungan secara ekonomipada orang tua.</li> <li>• Wirausaha perempuan menjadi memiliki kebebasan dalam mengatur waktu mengelola usaha dan mengatur urusan rumah tangga, terutama urusan anak-anak.</li> <li>• Memiliki area produksi yang terpisah dari rumah induk, menjadi kebanggaan tersendiri dari para wirausaha perempuan.</li> </ul>

**Tabel 2. Matrik relevansi dimensi pertautan dalam aspek individu dan sosial mitra usaha**

Pertautan	
Individu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan inovasi produk yang dihasilkan secara berkelanjutan.</li> <li>• Keberhasilan dalam memilah pembukuan keuangan keluarga dan keuangan usaha bisnis, menjadikan mereka menjadi lebih terarah dalam menjalankan bisnis.</li> <li>• Mendapatkan solusi alternatif dalam hal pasokan bahan baku. Seperti halnya dengan adanya bank talas, bisa mengantisipasi bila terjadi kelangkaan bahan baku di pasar.</li> </ul>
Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirausaha perempuan berhasil memiliki <i>best practices</i> yang tepat dengan usaha bisnisnya, yang menjadikan proses produksi lebih efisien dan mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.</li> <li>• Respon positif dari para tetangga dan kader posyandu ketika wirausaha perempuan melakukan tes produk.</li> </ul>

**Tabel 3. Matrik relevansi dimensi valensi dalam aspek individu dan sosial mitra usaha**

Valensi	
Individu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modal stimulus dari pihak kampus melalui mitra pembangun sangat diperlukan di awal membuka bisnis.</li> </ul>
Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dihormatinya prinsip-prinsip dasar yang dianut oleh mitra bisnis dalam menjalankan bisnisnya menjadikan kebanggaan tersendiri dimana produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih baik dari pesaing.</li> <li>• Keberhasilan dalam menambah aset keluarga baik dalam bentuk kendaraan bermotor ataupun sawah / tanah.</li> </ul>

berusaha. Pengalaman wirausaha perempuan NS, sudah empat kali berganti karyawan. Menurutnya anak muda desa lebih suka kerja di pabrik, sudah ada kepastian penghasilan di setiap akhir pekan. Dengan pendapatan penjualannya bagus, karyawan akan mendapatkan penghasilan yang lebih besar.

Tantangan yang lain dialami oleh wirausaha perempuan RS, di tahun 2014 sempat berhenti selama tiga bulan dikarenakan kesulitan di dalam mendapatkan bahan baku. Talas merupakan tanaman yang lama sekitar empat sampai lima bulan,

bahkan ada yang sampai sembilan bulan untuk menjadi umbi yang siap diolah.

Sampel RH memiliki tantangan tersendiri dalam memproduksi keripik pisang. Masalah yang timbul adalah kesulitan dalam perolehan pasokan di desa didesa secara rutin. dan dengan kulaitas bagus. Pisang yang identik dengan tanaman kebun sekitar rumah, tidak mencukupi kebutuhan untuk produksi yang lebih banyak jumlahnya dan rutin. Konsekuensi yang ada sampel RH harus datang ke pasar Cibeber untuk mendapatkan pisang dengan kualitas yang

baik, dengan harga perolehan yang lebih tinggi dibanding bila beli dari tetangga sekitar.

Dalam persaingan bisnis, sampel RH melihat dua hal yang menjadi tantangan saat ini yakni persaingan dari makanan ringan pabrikan hingga masuk kepedesaan merupakan ancaman tersendiri bagi wirausaha perempuan lokal yang bergerak di industri makan ringan. Satu lagi adalah sering terjadinya warung yang tidak mau membayar, padahal barang-barang yang dititip sudah laku terjual.

## SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini setidaknya dorongan personal, pertautan, dan sejauhmana keterpikatan wirausaha perempuan dalam menjalankan bisnis dapat dilihat dari dua dimensi yakni dimensi individu dan dimensi sosial. Dalam dimensi individu, faktor yang menimbulkan motivasi wirausaha perempuan pedesaan adalah untuk menambah penghasilan keluarga, keberhasilannya di dalam melakukan inovasi produk, keberhasilannya dalam memilah pembukuan keuangan keluarga dan keuangan bisnis dan adanya solusi alternatif dari masalah kelangkaan bahan baku. Wirausaha perempuan di pedesaan yang menjadi mitra bisnis termotivasi dengan adanya modal stimulus dari pihak kampus, terutama pada saat awal membuka bisnis. Dalam dimensi sosial, faktor yang menimbulkan motivasi wirausaha perempuan pedesaan antara lain keberhasilannya keluar dari ketergantungan secara ekonomi pada orang tua, kebebasan mengatur waktu dalam mengelola usaha dan mengatur urusan rumah tangga, memilah antara rumah produksi dengan rumah induk. Wirausaha perempuan pedesaan juga akan termotivasi bila berhasil memiliki *best practices* yang tepat dengan usaha bisnisnya, mereka mendapat respon positif dari tetangga, dihormatinya prinsip-prinsip dasar yang dianut dalam menjalankan bisnis serta keberhasilan dalam menambah aset keluarga.

## SARAN & KETERBATASAN PENELITIAN

Bagi pemangku kepentingan pengembangan perekonomian masyarakat terutama di pedesaan, adalah penting untuk melibatkan mitra pembangun baik dari kalangan mahasiswa ataupun pebisnis yang sudah berhasil. Pendampingan yang ada akan menumbuhkan kepercayaan diribagi mitra bisnis, dimana ketekunan dan kerja kerasnya menjadi penentu dalam keberhasilan bisnis.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana narasumber adalah wirausaha perempuan yang semuanya berstatus menikah dan tujuan utama

menjalankan usaha adalah untuk menambah penghasilan keluarga; penelitian ini tidak mengamati dan melakukan wawancara dengan wirausaha laki-laki atau wirausaha perempuan yang berstatus belum menikah atau orangtua tunggal.

## REFERENSI

- Ayala, J.C., and Manzano, G. 2014. The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42 : 126-135.
- Chu, P. 2000. The Characteristic of Chinese Female Entrepreneurs : Motivation and Personality. *Journal of Enterprising Culture*, 8(1): 67-84.
- Dhaliwal, S. 1998. Silent Contributors : Asean Female entrepreneurs and Woman in Business. *Women's Studies International Forum*, 21 (5): 463-474.
- Douglas, E.J., and Shepherd, D.A. 2000. Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15: 231-251.
- Fudge, S.R., and Schacter, L.J. 1999. Motivating Employee to Act Ethically : An Expectancy Theory Approach. *Journal of Business Ethics*, 18 (3) : 295-304.
- Franck, K.A. 2011. Factors Motivating women's informal micro entrepreneurship, experiences from Penang, Malaysia. *International Journal of gender and entrepreneurship*, 4 (1) : 65-78.
- Idrus, M. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Jackson, H., and Denisi. 2003. *Managing Knowledge for Sustained Competitive Advantage : Designing Strategies for Effective Human Resources Management*. San Fransisco : John Wiley & Son, Inc.
- Manolova, T.S., Carter, N.M., Manev I.M., and Gyoshev, B.S. 2007. *The differential effect of men and women entrepreneurs' human capital and networking on growth expectancies in Bulgaria*. *Entrepreneurship: Theory & Practice* : 407-426.
- Phungwayo, L.G., and Mogashoa, T. 2014. The Role of Entrepreneurship on the Socio-Economic Development of Rural Women: A Case Study of Kwa-Mhlanga in the Mpumalanga Province (Republic of South Africa). *International Journal of Business and Social Science*, 5 (9) : 72-77.
- Rey-Martí a, A., Porcar, A.T., and Mas-Tur, A. 2015. Linking female entrepreneurs motivation to

- business survival. *Journal of Business Research*, 68 : 810–814.
- Renko, M., Kroeck, K.G., Bullough, A. 2012. Expectancy theory and nascent entrepreneurship. *Small Bus Econ*, 39:667–684.
- Russell, P.L., Zagenczyk, T.J., and McCray, G.E. 2015. Using expectancy theory and climate to explain stakeholder participation, its direction and intensity, *International Journal of Project Management*, 33 : 3–14.
- Scarborough, N.M. 2014. *Essential of Entrepreneurship and small business management 7<sup>th</sup> edition*. Edinburg Gate: Pearson Education.
- Schermerhorn, J.R.Jr., Bachrach, G.D. 2015. *Introduction to Management*. Singapore: John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
- Silverman, D. 2011. *Interpreting Qualitative Data, a guide to the principles of qualitative research*. London: Sage Publications Ltd.
- Stevenson, H.H., and Jarillo, C.J. 1990. A Paradigm of Entrepreneurship : Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11:17-27.
- Sutopo, H.B. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Weiler, S., and Bernasek, A. 2001. Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs. *The Social Science Journal*, 38: 85–103.
- Welch, L.C., Welch, E.D., and Hewerdine, L. 2008. Gender and Export Behavior : Evidence from Women-Owned Enterprises. *Journal of Business Ethics*, 83: 113-126.
- Welsh, D.H.B., Memili, E., Kaciak, E., and Sadoon, A.A. 2014. Saudi Woman Entrepreneurs : A Growing Economic Segmen. *Journal of Business Research*. 67:758-762.
- Vroom, V.H. 1964. *Work and Motivation*. New York: Wiley.
- Biro Pusat Statistik, Tabel Perkembangan UMKM pada Periode 1997 -2012, sumber :<https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1322>