

ANALISIS MOTIVASI WIRAUSAHA PEREMPUAN (WIRAUSAHAWATI) DI KOTA MALANG

Waluya Jati¹

¹ FKIP, Universitas Muhammadiyah Malang

ABSTRACT

Barriers women entrepreneurs were divided into two, namely 1) the personal characteristics caused by the workload due to the dual role of a woman, and 2) structural characteristics, namely barriers to access to capital (and collateral requirements) and access to marketing where women have access to marketing information low.

This study intends to replicate and test the results of previous research on entrepreneurial motivation of women in social and cultural settings, Malang.

Together the variables of achievement, affiliation, autonomy, and dominance proved to be a factor that together in one model as an explanatory level of women's intention to choose a career as an entrepreneur in the city of Malang.

PENDAHULUAN

Momentum regulasi bagi pemberdayaan perempuan ditandai dengan diundangkannya Inpres No.9/2000 tentang pengarusutamaan gender. Inpres ini mengisyaratkan bahwa dalam pembangunan harus dimasukkan analisa gender pada program-program kerja dan seluruh kegiatan instansi pemerintah dan organisasi kemasyarakatan lainnya, mulai dari tahap perencanaan program, pelaksanaan program sampai monitoring dan evaluasi program tersebut. Pengarusutamaan gender adalah salah satu strategi pembangunan yang dilakukan dengan cara pengintegrasian pengalaman, aspirasi, kebutuhan dan kepentingan perempuan dan laki-laki ke dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi dari seluruh kebijakan, program, proyek dan kegiatan di berbagai bidang kehidupan dan pembangunan. Hal ini tentu menjadi peristiwa penting bagi kaum perempuan dalam untuk memperoleh kesetaraan dan kesamaan akses dalam berbagai bidang, termasuk ekonomi.

Inpres ini sangat penting karena peran perempuan dalam pembangunan sering disepelekan, terutama di negara-negara berkembang. Posisinya dalam pembangunan selalu dibawah laki-laki (Rosalina, 2007). Padahal dengan pemberdayaan perempuan, perempuan akan

meningkatkan kemandiriannya. Kemandirian yang dimiliki oleh seorang perempuan, misalnya dalam sektor ekonomi, bisa meningkatkan pendapatan rumah tangga. Jika hal ini dilakukan oleh perempuan secara tidak langsung, hal itu akan meningkatkan pendapatan per kapita suatu daerah. Kewirausahaan bagi kaum perempuan dengan demikian sangat penting. Regulasi ini seharusnya menjadi dasar pijak bagi pengambil kebijakan, khususnya ekonomi, bahwa kemudahan akses bagi kaum perempuan untuk mandiri melalui kesetaraan dengan laki-laki dalam hal fasilitas wirausaha. Perempuan dengan demikian juga berhak untuk memperoleh perlakuan yang sama dengan laki-laki terhadap akses sumber-sumber ekonomi.

Beberapa penelitian 10 tahun terakhir menunjukkan bahwa perkembangan wirausaha dalam suatu negara tidak lepas dari partisipasi dan peran perempuan. Minniti et al., (2005) menemukan bahwa partisipasi perempuan sebagai wirausaha meningkat cukup tajam selama satu dekade terakhir dan ternyata makin signifikan baik di negara maju maupun negara-negara sedang berkembang. Meski demikian, pertumbuhan jumlah perempuan pemilik usaha (*women-owned business*) secara sistematis tetap lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Partisipasi perempuan dalam kegiatan untuk pendirian usaha juga lebih rendah, di mana laki-

laki dua kali lipat frekuensinya dibandingkan dengan kaum perempuan. Proporsi tersebut makin buruk pada negara-negara berkembang, karena partisipasi laki-laki hampir mencapai 75% (Minniti dan Arenius, 2003). Ketimpangan tersebut di atas didukung oleh Wilson (2007) yang menyatakan bahwa kepemilikan perempuan terhadap usaha di Asia, Afrika, Eropa Timur, dan Amerika Latin hanya 25%, sedangkan sisanya dimiliki oleh laki-laki.

Meski masih tertinggal, fenomena tersebut semakin menarik apabila melihat fakta bahwa tingkat partisipasi perempuan sebagai seorang wirausaha makin tinggi di seluruh dunia (Still dan Timms, 2000). Jumlah proporsi antara wirausaha laki-laki dan perempuan juga semakin seimbang dan meningkat tajam dalam satu dekade terakhir. Brisco (2000) menemukan bahwa 25% usaha baru di Cina dilakukan oleh perempuan, sedangkan di Jepang jauh lebih baik, di mana empat dari lima UKM baru dimiliki oleh perempuan. Sedangkan di Indonesia, Tinnaprilla (2007) mengemukakan bahwa hasil survey Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga (IKKR) menyebutkan bahwa 43% dari 2.351 juta pebisnis sampai akhir tahun 2001 adalah kaum perempuan. Hasil Sementara itu, Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) mencatat telah memiliki anggota 15.000 sampai dengan akhir tahun 2005 dengan proporsi 97% adalah usaha kecil dan menengah dan 3% usaha besar (www.iwapi.or.id).

Keberadaan wirausahawan perempuan dalam usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah realitas kehidupan ekonomi sebagian besar masyarakat Indonesia. Peran perempuan pelaku usaha mikro dalam perekonomian Indonesia lambat laun ternyata makin menjadi "penjaga gawang" perekonomian rakyat. Data kepemilikan UMKM menunjukkan secara rinci bahwa sebanyak 44,29% usaha mikro dikelola oleh perempuan, demikian pula di sektor usaha kecil sebanyak 10,28% (BPS, 2005). Sedangkan, laporan Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan (Oktober, 2007) menyatakan bahwa 60% dari 41 juta pengusaha mikro dan kecil di Indonesia adalah perempuan. Data kepemilikan secara rinci usaha mikro menunjukkan bahwa sebanyak 44,29% dikelola

oleh perempuan, demikian pula di sektor usaha kecil sebanyak 10,28% di kelola oleh perempuan.

Fenomena-fenomena ini semakin memperkuat bukti mulai adanya pergeseran peran publik perempuan terutama dalam bidang ekonomi. Sistem patriarki yang telah lama tumbuh dalam budaya Indonesia, di mana kedudukan laki-laki dalam wilayah publik lebih dominan dibanding dengan kaum perempuan, mulai runtuh secara perlahan. Perubahan budaya dan sistem sosial tersebut memberi ruang yang lebih luas bagi kaum perempuan untuk berpartisipasi secara ekonomi dalam masyarakat. Dalam hal ini berkembangnya wirausaha perempuan adalah fenomena menarik baik dalam perspektif ekonomi (economics equality) maupun kesetaraan sosial (social equality) terutama pada negara yang sedang mengalami proses transformasi politik, sosial, dan ekonomi ini. Berbagai catatan dan fakta di atas mengindikasikan bahwa minat terhadap profesi wirausaha semakin tinggi diberbagai negara, sehingga penelitian terhadap Intensi Wirausaha dan dihubungkan dengan kaum perempuan menjadi isu penelitian yang cukup baru dan menarik. Dalam hal ini Tinaprilla (2007) menyatakan bahwa fenomena pebisnis perempuan tersebut adalah dampak dari program peningkatan kesetaraan jender oleh pemerintah. Perempuan diberi peran lebih majemuk dan menikmati pendidikan tinggi. Maka, banyak perempuan yang tampil dan berperan dalam kehidupan bernegara, berbangsa, dan bermasyarakat yang salah satunya adalah sebagai seorang perempuan pengusaha.

Sebagai perempuan pengusaha, mereka memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing dibanding dengan kaum pria. Mazzarol et al., (1999) menemukan bahwa perempuan umumnya kurang suka menjadi penemu bisnis baru dibandingkan pria. Temuan ini didukung oleh Kolvereid (1996) yang menyatakan bahwa pria secara signifikan memiliki intensi wirausahawan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Di negara-negara skandinavia, hanya sekitar 20% usaha baru dimiliki oleh perempuan sejak 10 tahun terakhir. Akan tetapi, intensi seorang perempuan untuk menjadi wirausaha menjadi tinggi dan besar apabila mereka telah melewati jenjang pendidikan tertentu dan kondisi sosial politik sangat stabil. Lee

(1997) melakukan studi pada wirausaha perempuan di Singapura dan telah berhasil menemukan bahwa pendidikan di universitas memiliki pengaruh yang besar dan signifikan terhadap kebutuhan akan prestasi wirausaha perempuan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa institusi pendidikan tinggi sangat penting dan strategis perannya bagi peningkatan intensi wirausahawan bagi kaum perempuan.

Adanya potensi kesuksesan wirausahawan perempuan tersebut dan adanya kesetaraan akses perempuan dengan laki-laki tersebut, maka perlu dan penting bagi pemerintah untuk merumuskan strategi dan mengembangkan program pemberdayaan perempuan dibidang ekonomi khususnya sebagai wirausaha. (Moeljarto,1996) menyatakan bahwa pemberdayaan perempuan dilakukan dengan memberi motivasi, pola pendampingan usaha, pelatihan keterampilan, penyuluhan kewirausahaan membekali perempuan dapat bekerja, berusaha dan dapat memiliki penghasilan. Perempuan dalam kelompok usaha ini memiliki misi utama mengembangkan kemandirian, keswadayaan masyarakat terhadap terhindar dari ketidaktahuan, kemiskinan, keterbelakangan, kelemahan fisik kerentanan dan ke dalam perangkap kemiskinan mematikan peluang hidup masyarakat miskin. Secara makro, perlu terus dilakukan pengembangan model pembangunan perempuan melalui berbagai pendekatan ke arah aktualisasi nilai kemanusiaan, respek, identitas, kemandirian, kebebasan dan harga diri.

Partisipasi perempuan dalam wirausaha telah menarik perhatian akademisi untuk mengembangkan suatu bidang penelitian tersendiri tentang wirausahawan perempuan baik di dalam maupun di luar negeri. Ardhanari (2007) meneliti profil dan hambatan wirausaha perempuan di Indonesia untuk berkembang. Menurutnya, hambatan wirausaha perempuan dibagi menjadi 2, yaitu 1) karakteristik personal yang diakibatkan oleh beban kerja akibat peran ganda seorang perempuan, dan 2) karakteristik struktural, yaitu hambatan terhadap akses permodalan (syarat dan agunan) dan akses pemasaran di mana perempuan memiliki akses informasi pemasaran yang rendah.

Hal ini menunjukkan bahwa hambatan perkembangan wirausaha perempuan adalah akibat gender stereotype (stereotip gender) antara perempuan dan laki-laki dalam lingkungan patriarkhi.

Penelitian lain lebih diarahkan pada faktor personal (personality characteristic) peneliti, yaitu self-efficacy (Wilson et al., 2007). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kaum perempuan memiliki self-efficacy dan self-confidence yang lebih rendah dari kaum laki-laki di bidang matematika, keuangan, pembuatan keputusan, dan problem solving. Padahal hal ini adalah faktor utama yang berhubungan dengan ketrampilan dan keahlian laki-laki dan bahkan menjadi determinan dalam mendorong kesuksesan sebagai seorang wirausaha. Hasil ini konsisten dengan Kickkul et al., (2004) yang menyatakan bahwa self-efficacy kaum laki-laki lebih tinggi daripada perempuan. Padahal, self-efficacy ini menjadi faktor penting bagi wirausaha dalam mengembangkan dan menguasai skill yang dibutuhkan dan pada akhirnya akan berdampak terhadap kesuksesan karir. Engko (2006) bahwa ada hubungan yang positif signifikan antara tingkat self-efficacy dan kinerja individual. Maka dapat diduga bahwa seseorang yang memiliki self-efficacy tinggi akan memiliki dorongan kinerja yang lebih baik pada semua bidang pekerjaan, termasuk di dalamnya pilihan karir (intensi) sebagai wirausaha. Self-efficacy akan meningkatkan optimisme seseorang untuk selalu berubah lebih baik dan terus berusaha mencapai tujuan tertentu.

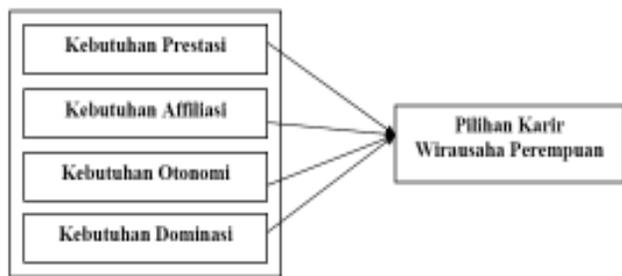
Meski demikian, peningkatan kuantitas wirausaha perempuan di berbagai negara akhir-akhir ini menarik untuk diteliti. Meski secara struktural dan kultural perempuan tidak cukup mendapat perlakuan yang adil, dan bahkan secara karakteristik personal, perempuan juga tidak cukup memiliki kepercayaan diri untuk sukses, tetapi realitas menunjukkan bahwa jumlah kaum perempuan yang memilih karir wirausaha dan terbukti sukses semakin meningkat jumlahnya. Hal yang menjadi pertanyaan adalah, apakah motivasi wirausaha perempuan untuk sengaja memilih (intensi) karir sebagai wirausaha? meskipun secara personal, kultural, dan struktural memiliki berbagai hambatan. Bagaimana faktor-faktor motivasi

tersebut mempengaruhi kesuksesan wirausaha perempuan?

Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut di atas, maka penelitian ini menggunakan kerangka penelitian sebelumnya yang digunakan oleh Lee (1997) di Singapura dan Indarti (2005) pada setting sosial budaya Propinsi Yogyakarta. Faktor-faktor motivasi kaum perempuan untuk memilih karir sebagai wirausaha setidaknya ada 4, yaitu motivasi untuk kebutuhan berprestasi, kebutuhan akan afiliasi, kebutuhan akan otonomi, dan kebutuhan akan dominasi. Hasil penelitian Lee (1997) menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wirausaha perempuan. Sedangkan, Indarti (2005) melakukan penelitian dengan metode control group yaitu karyawan. Hasil penelitian menunjukkan ada 2 temuan, 1) bahwa kebutuhan wirausaha perempuan terhadap kebutuhan prestasi dan afiliasi cukup tinggi, sedangkan kebutuhan otonomi dan dominasi bernilai cukup sedang, dan 2) wirausaha perempuan memiliki kebutuhan afiliasi dan dominasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan karyawan (control group). Sedangkan kebutuhan akan prestasi dan otonomi relatif sama.

Dengan memakai kerangka model penelitian sebelumnya, penelitian ini bermaksud untuk mereplikasi dan menguji hasil penelitian sebelumnya tentang motivasi wirausaha perempuan dalam setting sosial dan budaya Kota Malang. Sebagai kota yang baru tumbuh dan berkembang sebagai kota metropolitan, tentulah malang

menjanjikan banyak ragam peluang bagi usaha (bisnis). Selain infrastruktur fisik yang sudah cukup baik dan maju, dukungan sumber daya manusia yang berlatar belakang lintas budaya (multikultural), telah mengubah Kota Malang menjadi kota yang memberikan kesetaraan akses bagi berbagai kelompok dan golongan, baik laki-laki maupun perempuan. Puluhan perguruan tinggi ikut memberi andil bagi tumbuh dan berkembangnya berbagai jenis usaha, mulai dari sektor informal sampai manufaktur besar. Lingkungan sosial yang demikian, menjadikan Kota Malang tidak hanya sebagai kota pendidikan, tetapi kota yang memiliki kemajuan budaya dan sosial yang tentu akan lebih kondusif bagi berbagai masyarakat asli maupun pendatang. Perbedaan nyata dengan Kota Yogyakarta adalah bahwa Kota Malang masih memiliki tradisi agama yang cukup kental baik dari kalangan Muhammadiyah maupun Nahdatul Ulama (NU). Kekuatan internalisasi nilai-nilai agama ini tentu akan berpengaruh terhadap cara pandang masyarakat terhadap peran perempuan, terutama di sektor publik. Hal ini jelas berbeda dengan Kota Yogyakarta yang memiliki tradisi budaya jawa (abangan) yang cukup kental dengan cara pandang pada kaum perempuan yang berbeda. Perbedaan setting sosial dan budaya kedua kota ini, memberikan inspirasi bagi peneliti untuk meneliti apakah keempat faktor motivasi wirausaha perempuan yang sudah terbukti signifikan pada setting sosial dan budaya sebelumnya, memiliki konsistensi hasil (temuan) apabila di replikasikan pada kaum wirausaha perempuan di Kota Malang.



Gambar 1. Rerangka Penelitian

METODELOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian empiris dengan desain survey. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengusaha perempuan mulai dari Mikro, Kecil, sampai Menengah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*, yaitu melalui distribusi langsung kuesioner kepada responden yang ada. Agar dapat memperoleh data secara mudah, maka penelitian ini bekerjasama dengan Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) cabang Kota Malang sebagai asosiasi pengusaha perempuan dan Radio Kosmonita Malang menjadi salah satu simpul informasi dan komunikasi pengusaha perempuan. Pilihan Kota Malang selain karena ketersediaan data dan informasi yang relatif mudah diperoleh, juga karena Malang memiliki kondisi sosial dan budaya masyarakat yang kental dengan nilai-nilai Islam, oleh karena itu memiliki tipologi berbeda dengan Yogyakarta yang kental dengan tradisi Jawa. Hal ini tentu berdampak terhadap pandangan sosial terhadap posisi dan peran kaum perempuan di sektor publik. Penelitian ini sekaligus mereplikasi penelitian Indarti (2005) di Yogyakarta, tetapi tanpa group pengendali (*control group*).

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pengusaha perempuan Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Malang. Untuk mempermudah perolehan data, maka peneliti akan bekerjasama dengan IWAPI Kota Malang dan radio Kosmonita untuk mencari data nama-nama pengusaha perempuan di Kota Malang. Instrumen yang digunakan dikembangkan dari Lee (1997) dan Indarti (2005) yang disesuaikan dengan kondisi sosial budaya Kota Malang. Instrumen tersebut terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas, sehingga diharapkan mampu menangkap tujuan penelitian yang diinginkan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variable Independen

a. Kebutuhan akan berprestasi (Need for Achievement)

McClelland (1961; 1971) dalam Indarti (2005) menyatakan *need for achievement* adalah seseorang yang memiliki kebutuhan dan keinginan kuat untuk berprestasi tinggi dan sukses. Mereka dikarakteristikkan dengan penghargaan yang tinggi terhadap tanggung jawab personal, suka mengambil risiko, memiliki perhatian yang kuat untuk melihat hasil dari keputusan yang telah dibuatnya, menikmati dan secara teliti menghitung risiko, meneliti lingkungannya secara aktif, dan sangat tertarik pada pengukuran yang konkrit atas tindakannya. Nathawat et al., (1997) menambahkan bahwa mereka adalah orang yang memiliki kompetensi tinggi, harapan tinggi, cenderung berorientasi sukses, dan memiliki inspirasi yang tinggi. Maka, orang dengan *need for achievement* yang tinggi cenderung memiliki intensi yang tinggi pula terhadap karir sebagai entrepreneur. Pengukuran variabel ini menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Indarti (2005) yang sesuai dengan setting sosial budaya Indonesia.

b. Kebutuhan akan afiliasi

Kebutuhan akan afiliasi berkaitan dengan pemeliharaan sikap seseorang yang hangat dan bersahabat dalam berhubungan dengan orang lain. Lee (1997) menyatakan bahwa orang dengan kebutuhan akan afiliasi yang tinggi lebih menyukai berkumpul dengan orang lain. Menurut beberapa penelitian sebelumnya, bisnis yang dimiliki oleh wanita adalah bisnis kecil karena keterbatasan modal, sehingga bisnis ini tidak sebaik kondisi bisnis besar dalam memenuhi kebutuhan akan afiliasi. Beberapa penelitian menemukan bahwa orang dengan kebutuhan akan afiliasi yang moderat cenderung dapat menjadi manajer atau asisten yang efektif daripada mereka yang mempunyai kebutuhan akan afiliasi yang rendah atau tinggi

(Boyatzis, 1974). Dengan demikian seseorang dengan kebutuhan afiliasi yang rendah cenderung memilih karir sebagai wirausaha perempuan.

c. **Kebutuhan akan otonomi**

Otonomi didefinisikan sebagai “to do things without regard to what others may think” dan “to avoid responsibilities and obligations” (dikutip: Lee, 1997). Menurut Murray (1938) dalam Indarti (2005), kebutuhan akan otonomi (need for autonomy) akan mengendalikan orang lain, orang cenderung ingin bekerja dengan caranya sendiri, tidak dipengaruhi dan tidak didorong oleh orang lain. Orang dengan kebutuhan akan otonomi yang tinggi biasanya lebih menyukai kerja mandiri, lebih tidak peduli terhadap opini dan aturan orang lain, dan lebih menyukai untuk membuat keputusan sendiri. Menurut Baum et al. (1993), teori-teori ilmu entrepreneurship menyebutkan bahwa ketertarikan seseorang untuk menjadi entrepreneur didorong oleh kebutuhan akan otonomi dari sebuah kelompok tertentu dengan mengatur keterbatasan sumberdaya manusia dan modal. Dengan demikian, seseorang yang memiliki kebutuhan akan otonomi yang tinggi cenderung memiliki kemauan/intensi untuk menjadi wirausaha perempuan yang makin tinggi pula.

d. **Kebutuhan akan dominasi**

Dorongan untuk mendominasi hadir dalam keinginan seseorang untuk mengendalikan emosi dan perilaku orang lain (Murray, 1938) dalam Indarti (2005). Orang dengan kebutuhan akan dominasi yang tinggi cenderung mencari kesempatan untuk memimpin dan lebih menyukai mengendalikan orang dan urusan lain. Pengertian ini didukung oleh Lee (1997) dengan mengatakan bahwa orang dengan kebutuhan akan dominasi yang tinggi akan selalu menjaga atau berusaha mencapai kendali untuk mempengaruhi orang lain, sehingga sebagai akibatnya situasi hirarkis seperti yang ditemukan dalam organisasi yang besar dan kompleks akan cocok untuk orang seperti ini. Dengan menjadi pemilik bisnis,

seseorang entrepreneur akan mempunyai dominasi yang tinggi dalam perusahaan, karena kewenangan yang dimilikinya. Dengan demikian, maka makin tinggi kebutuhan dominasi seseorang, maka makin tinggi pula motivasi pilihan karir sebagai wirausaha.

Variable Dependen

e. **Motivasi Karir Wirausaha**

Motivasi adalah kemauan dan keinginan kuat seseorang untuk berperilaku. Makin besar motivasi seseorang terhadap sesuatu, maka makin tinggi seseorang untuk berperilaku mewujudkan keinginan tersebut. Berdasar teori tentang perilaku terencana, ada 3 hal yang mendorong seseorang berperilaku (behavior). Pertama, sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior) yaitu tingkatan dimiliki individu dalam membuat evaluasi yang sifatnya favorabel atau unfavorabel terhadap perilaku, kedua, norma subyektif (subjective norm), yaitu tekanan sosial yang dihadapi individu untuk dapat menampilkan perilaku tertentu ataupun tidak menampilkannya, dan ketiga, tingkatan atas kontrol perilaku yang dihayati (the degree of perceived behavioral control) yaitu kemudahan atau kesulitan untuk menampilkan perilaku tertentu. Maka, semakin favorabel suatu sikap dan norma subyektif terhadap perilaku, serta semakin besar kontrol terhadap perilaku yang diterima, maka akan semakin besar intensi individu untuk menampilkan suatu perilaku. Faktor ini diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Lee (1997) yang telah dimodifikasi oleh Indarti (2005).

Hipotesis Penelitian

- H1 : Kebutuhan akan berprestasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi perempuan memilih karir sebagai wirausaha.
H2 : Kebutuhan akan afiliasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi perempuan memilih karir sebagai wirausaha.

H3 : Kebutuhan akan otonomi berpengaruh signifikan terhadap motivasi perempuan memilih karir sebagai wirausaha.

H4 : Kebutuhan akan dominasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi perempuan memilih karir sebagai wirausaha.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui 2 tahapan. Pertama, melakukan analisis statistik deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian. Statistis deskriptif yang digunakan adalah tendensi sentral dan sebaran. Tendensi sentral digunakan untuk menganalisis bagaimana kecenderungan dorongan motivasi wirausaha kaum perempuan terhadap pilihan karir sebagai wirausaha. Sedangkan, sebaran digunakan untuk mengetahui karakteristik distribusi data statistik deskriptif, sehingga dapat diketahui bagaimana karakteristik sebaran data atas setiap motivasi tersebut. Kedua, menggunakan analisis statistik parametrik regresi diskriminan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen berpengaruh terhadap pilihan karir sebagai wirausaha atau tidak. Penggunaan analisis ini dikarenakan variabel terikatnya berbentuk non metrik atau kategori. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$K = \alpha + \beta_0 + \beta_1Nach + \beta_2Aff + \beta_3Otn + \beta_4Dom + \varepsilon$$

Dalam hal ini:

- K = Pilihan Karir Wirausaha
Nach = Kebutuhan akan prestasi
Aff = Kebutuhan afiliasi
Otn = Kebutuhan otonomi
Dom = Kebutuhan Dominasi
 β_0 = Konstan
 $\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi
 μ = Error term

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah variabel karakteristik individu yaitu kebutuhan akan berprestasi, kebutuhan akan afiliasi, kebutuhan akan otonomi, dan kebutuhan akan

dominasi berpengaruh terhadap pilihan karir kaum perempuan sebagai wirausaha. Hipotesis teruji secara statistik bila nilai p-value (sig) untuk Nach (β_1), Aff (β_2), Otn (β_3), dan Dom (β_4) lebih kecil/rendah atau sama dengan 0,05 (tingkat signifikan 18 ditetapkan 5%). Artinya, bahwa variabel kebutuhan berprestasi, kebutuhan afiliasi, kebutuhan otonomi, dan kebutuhan dominasi memang terbukti menjadi variabel penjelas terhadap variasi pilihan karir sebagai wirausaha. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap arah tanda koefisien regresi, apakah positif atau negatif. Apabila arah koefisien positif, maka hipotesis penelitian terbukti, yang berarti makin tinggi variabel kebutuhan berprestasi, kebutuhan afiliasi, kebutuhan otonomi, dan kebutuhan dominasi seseorang, maka makin tinggi pula tingkat pilihan karir seorang perempuan dalam berwirausaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Daerah

Jumlah sampel UMKM akhir (data final) yang berhasil dikumpulkan sebanyak 51 UMKM. Sampel awal yang berhasil diperoleh oleh tim lapangan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi UMM adalah sebanyak 63 buah. Setelah dilakukan evaluasi dan sortir didapat 8 responden yang data identitasnya tidak lengkap dan 12 responden yang jawabannya tidak lengkap. Deskripsi selengkapnya dari responden yang berhasil menjadi sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sebaran UMKM sampel secara merata secara proporsional untuk setiap kecamatan di Kota Malang, yaitu Kecamatan Lowokwaru, Klojen, Sukun, Kedungkandang, dan juga Kec. Blimbing. Penyebaran proporsional ini menunjukkan bahwa tingkat generalisasi terhadap penelitian diharapkan cukup tinggi untuk konteks Kota Malang. Sebaran responden atas dasar lokasi nya menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Sebaran Lokasi UMKM Responden

Kecamatan	Jumlah	%
Sukun	14	27%
Klojen	9	18%
Lowokwaru	10	20%
Blimbing	12	24%
Kedungkandang	6	12%
Jumlah	51	100%

Sampel penelitian menurut lokasi di atas menunjukkan bahwa responden berasal secara merata dari berbagai kecamatan di Kota Malang. Hal ini berarti responden sampel yang digunakan sudah cukup representatif untuk tujuan penelitian UMKM di Kota Malang. Hal ini tentu akan meningkatkan daya validitas eksternal, yaitu generalisasi hasil terhadap penelitian yang dilakukan. Persentase terkecil responden ada di Kecamatan Kedung Kandang yang disebabkan oleh kecilnya prosesntase UMKM yang berhasil peneliti temui. 20 Sementara itu hasil analisis terhadap proporsi responden menurut usia yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 Responden berdasarkan jenis kelamin

Usia	Jumlah
< 30 tahun	13
30 – 50 tahun	26
> 50 tahun	12
Jumlah	51

Analisis responden menunjukkan bahwa dominasi responden adalah antara 30-50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian masih tergolong usia yang masih muda dan produktif. Kondisi menjadikan karakteristik responden cukup mewakili UMKM yang sedang tumbuh dan berkembang.

Untuk analisis terhadap proporsi responden menurut latar belakang kondisi keluarga yang

menjadi lingkungan sosial dan menempa serta memotivasi responden menjadi seorang pengusaha. Hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 3. Responden berdasarkan latar belakang keluarga

Latar Belakang	Jumlah
Petani	1
PNS	8
Swasta	15
Wiraswasta	27
Jumlah	51

Analisis responden menunjukkan bahwa dominasi responden mereka dengan latar belakang keluarga yang juga berwiraswasta. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan menjadi wirausaha sangat dimungkinkan oleh dorongan lingkungan sosial keluarga yang mereka miliki. Jiwa-jiwa wirausaha kemungkinan juga diturunkan dari kultur keluarganya. Analisis deskriptif terhadap proporsi jenis usaha responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Responden berdasarkan jenis usaha UMKM

Jenis Usaha	Jumlah
Dagang	11
Jasa	12
Kerajinan	2
Korveksi	5
Makanan dan minuman	14
Restoran	3
Retail	4
Jumlah	51

Analisis responden menunjukkan bahwa dominasi kaum perempuan dalam bidang usaha makanan dan minuman. Hal ini dimungkinkan sebab memang kaum perempuan lebih senang dan

hobby dalam masak-memasak. Hobby ini kemudian ditindaklanjuti dengan pengembangan usaha yang juga berbasis pada hobbynya. Gambaran ini juga menunjukkan bahwa kaum perempuan lebih sering berangkat menjadi wirausaha dari bawah dan dengan basis sektor rumahan, sehingga mampu berperan ganda dalam keluarga.

Analisis deskriptif terhadap besarnya aset usaha responden adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Responden berdasarkan Nilai Aset UMKM

Besar Aset	Jumlah
< 100 juta	37
100 jt – 1 Milyar	11
> 1 milyar	3
Jumlah	51

Analisis Data dan Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis data, kuesioner yang sudah diisi diuji validitas dan

reliabilitas. Hasil uji validitas setiap item pertanyaan menunjukkan bahwa nilai validitas di atas tabel r yang dipersyaratkan, sehingga semua item pertanyaan valid untuk menjawab pertanyaan oleh responden. Sedangkan, analisis terhadap reliabilitas dengan menggunakan cronbach alpha, yaitu sebesar 76,6%, hal ini jauh di atas persyaratan yang ditetapkan oleh Nunnaly (1968) yaitu 60%, sehingga instrumen penelitian dapat digunakan sebagai pengumpul data penelitian survey.

Tabel 6. Reliability statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,766	,779	4

Analisis data berikutnya adalah terkait dengan statistik deskriptif untuk jawaban responden penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 7. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Intensi	51	8,00	20,00	16,8039	2,36660
Prestasi	51	14,00	20,00	17,7843	1,71247
Afiliasi	51	7,00	20,00	14,9020	2,63253
Otonomi	51	7,00	64,00	13,7255	7,55534
Dominasi	51	8,00	25,00	17,9804	3,85482
Valid N (listwise)	51				

Hasil analisis menunjukkan bahwa distribusi data setiap variabel sangat bervariasi. Untuk variabel intensi, prestasi dan afiliasi menunjukkan sebaran data yang mengumpul di sekitar nilai mean dengan nilai standar deviasi kurang 20% di bawah mean. Hal ini artinya bahwa sebaran data berada pada posisi yang mengelompok di sekitar nilai mean. Sedangkan untuk variabel lainnya yaitu otonomi dan dominasi sebaran data sangat variatif dan tinggi, di mana nilai standar deviasi di atas 20%

dari nilai mean. Namun demikian sebaran residual data (normalitas data) masih normal dan dapat dilakukan uji statistik parametrik.

Analisis lebih lanjut adalah melakukan pengujian asumsi klasik terhadap data yang berhasil dikumpulkan. Test asumsi klasik yang dilakukan ada 2, yaitu normalitas residual data dan uji multikolinearitas. Yang pertama dilakukan adalah melakukan test normalitas atas tingkat residual data. Test yang digunakan adalah one sampel

kolmogorov-smirnov. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai p value (sig) untuk setiap variabel menunjukkan taraf signifikansi di atas 5%. Hal ini berarti tidak terjadi perbedaan sebaran residual data atau data yang digunakan memiliki

sebaran residual yang normal. Hal ini berarti data tersebut dapat terus digunakan dalam pengujian statistik parametrik berikutnya. Hasil analisis lebih lanjut terhadap pengujian tingkat normalitas sebaran data sbb:

Tabel 8. One Sample Kolmogrov Smior-Test

	Intensi	Prestasi	Afiliasi	Otonomi	Dominasi
N	51	51	51	51	51
Normal Parameters ^{a,b}					
Mean	16,8039	17,7843	14,9020	13,7255	17,9804
Std. Deviation	2,36660	1,71247	2,63253	7,55534	3,85482
Most Extreme Differences					
Absolute	,145	,165	,150	,342	,110
Positive	,134	,165	,132	,342	,086
Negative	-,145	-,153	-,150	-,233	-,110
Kolmogorov-Smirnov Z	1,032	1,178	1,073	2,446	,765
Asymp. Sig. (2-tailed)	,237	,124	,200	,127	,569

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Analisis asumsi klasik yang kedua adalah uji multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance di atas 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel di bawah 10. Hasil ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut tidak memiliki korelasi (hubungan) yang sempurna (bebas multikolinearitas), sehingga

variabel tersebut dapat terus digunakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan alat analisis software SPSS versi 12.5. Hasil pengujian terhadap data menunjukkan hasil secara lengkap sebagai berikut:

Tabel 9. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,143	2,888		1,434	,158		
	Prestasi	,396	,194	,287	2,040	,047	,688	1,457
	Afiliasi	,188	,132	,209	1,423	,161	,629	1,590
	Otonomi	,000	,038	-,001	-,012	,990	,918	1,090
	Dominasi	,157	,089	,255	1,768	,024	,660	1,538

a. Dependent Variable: Intensi

Analisis terhadap pengaruh masing-masing variabel terhadap pendorong intensi (motivasi) kaum perempuan menjadi wirausaha menunjukkan bahwa terbukti faktor prestasi dengan nilai sig 0,047 (4,7%) dan faktor dominasi dengan nilai sig 0,024 (2,4%) berada di bahwa taraf signifikansi yang

ditetapkan yaitu 0,05 (5%). Hal ini berarti bahwa kedua variabel tersebut mampu menerima H1 dan H2, atau dikatakan bahwa faktor tersebut benar-benar menjadi faktor yang mendorong tumbuhnya dan meningkatnya intensi dan motivasi perempuan dalam memilih karir sebagai wirausaha. Sedangkan

2 faktor yang lain, yaitu afiliasi dan otonomi tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi kaum perempuan memang didorong oleh

keinginan berpretasi sama dengan kaum laki-laki dan menunjukkan diri bisa mandiri sebagai wirausaha.

Tabel 10. Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,337	4	26,334	6,934	,000 ^a
	Residual	174,702	46	3,798		
	Total	280,039	50			

a. Predictors: (Constant), Dominasi, Otonomi, Prestasi, Afiliasi

b. Dependent Variable: Intensi

Analisis berikutnya adalah dilakukan pengujian terhadap model penelitian. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai sig 0,000 (di bawah taraf signifikansi 5%). Hal ini dapat dikatakan bahwa keempat faktor tersebut secara bersama-sama memang berpengaruh terhadap tingkat intensi (motivasi) kaum perempuan memilih karir sebagai wirausaha, atau dapat dikatakan bahwa model yang digunakan peneliti sudah cukup baik dan tepat. Model ini dapat digunakan dalam berbagai penelitian yang serupa untuk menguji faktor-faktor motivasi karir perempuan sebagai wirausaha.

menjelaskan tingkat variasi pendorong intensi kaum perempuan memilih karir sebagai wirausaha sebesar 37,4% dan sebesar 62,6% dijelaskan lainnya dijelaskan oleh faktor di luar model. Hal ini sudah cukup mampu menjadi model regresi dalam hal menguji tingkat intensi wirausaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Secara bersama-sama variable prestasi, afiliasi, otonomi, dan dominasi menjadi faktor yang terbukti secara bersama-sama dalam satu model sebagai penjelas tingkat intensi kaum perempuan memilih karir sebagai wirausaha di Kota Malang.
- Uji secara individual menunjukkan bahwa variabel prestasi dan dominasi terbukti menjadi faktor pendorong intensi dan motivasi perempuan dalam memilih karir sebagai wirausaha. Sedangkan 2 faktor yang lain, yaitu afiliasi dan otonomi tidak berpengaruh signifikan. Hal ini berarti motivasi kaum perempuan memang didorong oleh keinginan berpretasi sama dengan kaum laki-laki dan menunjukkan diri bisa mandiri sebagai wirausaha.
- Secara model, hasil pengujian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memang sangat fit untuk digunakan sebagai model dengan tingkat koefisien regresi meski hanya rendah yaitu sebesar 37,6%.

Tabel 11. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,613 ^a	,376	,322	1,94881

a. Predictors: (Constant), Dominasi, Otonomi, Prestasi, Afiliasi

Analisis terakhir yang dilakukan adalah dengan menguji koefisien regresi yaitu untuk mengetahui bagaimana ketiga faktor tersebut mampu menerangkan tingkat intensi (motivasi) kaum perempuan berkarir sebagai wirausaha di Kota Malang.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat R2 (Adjusted R square) menunjukkan nilai 0,374 yang berarti bahwa ketiga variabel tersebut mampu

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhanari, Margaretha., et al. (2007). Analisis Personal Dan Struktural PumiK (Perempuan Pengusaha Mikro) Di Surabaya Dalam Upaya Pengembangan Keberhasilan Usaha Bidang Ritel. Makalah disampaikan pada Lokakarya Regional : “Pengembangan Kewirausahaan Perempuan dalam Usaha Mikro & kecil”, Bali, 29-30 November 2007
- Baum, J., et al. (1993). Nationality and Work Role Interactions: A Cultural Contrast of Israeli and US Entrepreneurs Versus Managers’ Need. *Journal of Business Venturing*, 8:499-512.
- Brisco, R (2000). Tuning Analog Women Into A Digital Work Force. White Paper, <http://www.rosemarybrisco.com>.
- Eccles, J. (1994). Understanding Women’s Educational and Occupational Choices. *Psychology of Women Quarterly*, 18, 585-609.
- Engko, Cecilio., (2006). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Individual Dengan Self Esteem Dan Self Efficacy Sebagai Variabel Intervening, Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang.
- Hisrich, R. D., and M. P. Peters. (1998). *Entrepreneurship*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Indarti, Nurul (2005). Profil dan Motivasi Entrepreneur Perempuan di Yogyakarta, Entrepreneur dan Usaha Kecil Menengah di Indonesia. Penerbit Ardana Media, 2007.
- Jhingan, M.L. (1999), *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta
- Kickul, J. & D’Intino, R. (2004). Measure for measure: modeling Entrepreneurial self-efficacy into instrumental tasks within the new venture creation process. Presented at the United States Association for Small Business and Wirausahawan Conference, Dallas, TX.
- Kristiansen, S. 2001. Promoting African pioneers in business: What makes a context conducive to small-scale entrepreneurship? *Journal of Entrepreneurship* 10 (1)
- Kristiansen, S. 2002. Individual perception of business contexts: The case of small-scale entrepreneurs in Tanzania. *Journal of Developmental Entrepreneurship* 7 (3).
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of Employment Status Choice Intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
- Lee, J. (1997). The Motivation of Women Entrepreneurs in Singapura. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 3, 2:93-110.
- Nathawat, S. S., R. Singh, and B. Singh. (1997). The Effect of Need for Achievement on Attributional Style. *Journal of Social Psychology*, 137 (1): 55-62.
- Nunally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Mazzarol, T., T. Volery, N. Doss, and V. Thein. 1999. Factors Influencing Small Business Start-ups. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 5 (2): 48-63.
- Minniti, M., Arenius, P., & Langowitz, N. (2005). Report on Women and Entrepreneurial. In *Global Entrepreneurship Monitor*. Babson Park, MA: Center for Women’s Leadership at Babson College.
- Minniti, M. & Arenius, P. (2003). Being in Someone Else’s Shoes: Gender and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*. 27
- Pranadji, T. et al. (2000). *Perekayasaan Sosial Budaya dalam Percepatan Transformasi Pertanian Berkelanjutan*. Laporan hasil penelitian. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian – ARMP III. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian.
- Rachbini, D.J. (2001), *Pengembangan Ekonomi & Sumber Daya Manusia*, Penerbit Grasindo, Jakarta.
- Still, L.V., dan W. Timms. (2000). Women’s Business: The Flexible Alternative Workstyle for Women. *Women in Management Review*, 15, 5/6: 272-282.
- Scapinello, K. F. (1989). Enhancing Differences In The Achievement Attributions Of High And Low Motivation Groups. *Journal of Social Psychology*, 129 (3): 357-363.
- Tinaprilla, Netti. (2007). *Jadi Kaya Dengan Berbisnis di Rumah*. Penerbit Elex Media Komputindo, Gramedia, Jakarta.
- Ucnasaran, D. et al. (2000). The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issue. *Proceeding of the tenth Global Entrepreneurship Conference*. March.
- Wilson, Fionna., Kickul, Jill, dan Marlino, Deborah (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education, *Entrepreneurship Theory and Practice*, May.
- Venkatapathy, R. (1984). Locus of Control Among Entrepreneurs: A review. *Psychological Studies* 29 (1): 97-100.
- Yordanova (2006). Gender Differences in Entrepreneurship in A Transition Context; The Case of Bulgaria. Doctoral Thesis, Department d’Economia de l’Empresa, Universitat Barcelona 28