

PENGARUH KEBUTUHAN PRESTASI, AFILIASI, DOMINASI, DAN OTONOMI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA *ENTREPRENEUR* WANITA DI KOTA BANDUNG

(Studi Pada Mitra Binaan Community Development Center PT. Telekomunikasi Tbk. Witel Jabar Tengah)

THE EFFECT OF NEED FOR ACHIEVEMENT, AFFILIATION, DOMINANCE, AUTONOMY TOWARDS BUSINESS SUCCESS WOMEN ENTREPRENEURS IN BANDUNG

(Study on Mitra Binaan Community Development Center PT. Telekomunikasi Tbk. Witel Jabar Tengah)

Eva Shelia Laksmi¹, Lia Yuldinawati²

¹Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹evashelia@yahoo.com, ²liayul@yahoo.com

Abstrak

Kaum wanita ikut memiliki peran besar dalam kemajuan perekonomian suatu negara. Perkembangan jumlah perempuan yang menjadi pemilik usaha dalam beberapa tahun bertambah banyak, sehingga entrepreneur wanita mendapatkan banyak perhatian dari beberapa instansi, baik swasta maupun pemerintah. Perempuan Indonesia mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah dalam pemberdayaan dan meningkatkan peran wirausaha perempuan karena peran aktifnya menciptakan lapangan pekerjaan, menciptakan produk kreatif dan inovasi. Faktor penting yang berperan dalam mendorong perempuan menjadi wirausaha adalah motivasi sebagai salah satu aspek personalitas. Motif sosial ini dapat membangun motivasi seseorang untuk berwirausaha yang didasari oleh pemenuhan kebutuhan dimana salah satu komponennya adalah kepribadian individu.

Penelitian ini membahas tentang motivasi terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebutuhan prestasi, afiliasi, dominasi, dan otonomi terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita di Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan uji regresi linear berganda dengan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan metode probability sampling dengan teknik sampling jenuh yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak 219 responden. Pengolahan data dengan menggunakan bantuan software Microsoft Excel dan tools statistik SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan kebutuhan prestasi dan kebutuhan afiliasi mempengaruhi keberhasilan usaha entrepreneur wanita. Kebutuhan dominasi dan kebutuhan otonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita.

Adapun saran bagi perusahaan adalah perlu menjadi perhatian bagi pihak-pihak atau lembaga-lembaga yang terkait dengan perkembangan entrepreneur khususnya entrepreneur wanita seperti Community Development Center PT. Telekomunikasi Tbk, IWAPI, pemerintahan, universitas, organisasi non pemerintah, dan jasa pengembangan bisnis harus memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita untuk dapat memberikan bantuan asistensi khusus kepada entrepreneur wanita. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah menginvestigasi hubungan antara variabel motivasi lainnya terhadap sektor usaha dan perkembangan usaha.

Kata Kunci: Kebutuhan Prestasi, Kebutuhan Afiliasi, Kebutuhan Otonomi, Kebutuhan Dominasi, dan Keberhasilan Usaha

Abstract

The women nowadays have a great role in the economic progress of a country. The growing number of woman as business owner in recent years is increasing, so that women entrepreneurs get a lot of attention from several instances both private and government. The Indonesian women get special attention from the government in empowering and enhancing the role of women entrepreneurs because of its active role for creating jobs and creating a creative and innovative products. The important factor that have a role in encouraging women to become an entrepreneur is motivation as one aspect of personality. This social motive can build one's motivation to be an entrepreneurship based on the fulfillment of which one component is the individual personality.

This study discussed the motivation for the business success of women entrepreneur. This study purposed to determine the effect of achievement, affiliation, dominance and the autonomy needs towards the business success of women entrepreneur in Bandung.

The method used in this research is descriptive quantitative to test multiple linear regression using a Likert scale as the measurement scale. The sampling method in this research is probability sampling with saturated sampling technique that is by distributing questionnaires to the respondents as many as 219 respondents. This research is using Microsoft Excel software and SPSS statistical 20 tools.

The results of this study indicate that needs of achievement and affiliation affect the success of women entrepreneurs. Dominance and autonomy needs has no significant effect on business success of women entrepreneurs.

The suggestions for companies are to have concern for parties or institutions associated with the development of entrepreneurs, especially women entrepreneurs such as Community Development Center PT. Telecommunications Tbk, IWAPI, governments, universities, non-governmental organizations, and business development services need to understand the factors that influence the business success of women entrepreneurs to be able to provide special assistance to help women entrepreneurs. Whereas the suggestions for further research is to investigate the relationship between the variables of other motivations towards the business sector and business development.

Keywords: *Need for Achievement, Need for Affiliation, Need for Dominance, Need for Autonomy, Business Success*

1. Pendahuluan

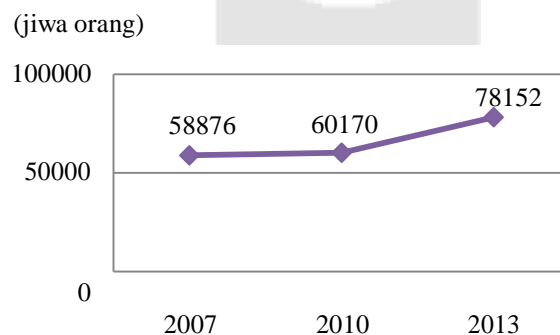
1.1. Latar Belakang

Aktivitas kewirausahaan memiliki dampak positif bagi perekonomian negara dan masyarakat. Menurut Barringer dan Ireland (2006)^[6] mengatakan bahwa efek positif dari entrepreneurship adalah terhadap kekuatan dan stabilitas ekonomi. Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu negara dikaitkan dengan aktivitas kewirausahaan dan para wirausahanya karena kewirausahaan telah diakui sebagai solusi atas berperan aktif dalam pembangunan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

UMKM merupakan sektor yang penting dan besar kontribusinya dalam mewujudkan sasaran-sasaran pembangunan ekonomi nasional ditinjau dari berbagai aspek. Aspek pertama, jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Aspek kedua, potensi yang besar dalam menciptakan lebih banyak kesempatan kerja. Aspek ketiga, kontribusi UMKM dalam membentuk PDB yang cukup signifikan. Aspek keempat, memiliki sumbangan kepada devisa negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil. (Hadiyati, 2011)^[5]

Perempuan Indonesia mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah dalam pemberdayaan dan meningkatkan peran wirausaha perempuan karena peran aktifnya menciptakan lapangan pekerjaan, menciptakan produk kreatif dan inovasi. Dengan kreativitas itu akan mampu memberikan kontribusi terhadap pembangunan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. (www.depkop.go.id)^[17].

Dalam Damanik (2014:7)^[3] fenomena perempuan menjadi wirausaha di Kota Bandung dapat dilihat pada data Survei Sosial Ekonomi Daerah (SUSEDA) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung yang menunjukkan bahwa jumlah perempuan berumur 10 tahun ke atas yang menjadi wirausaha mengalami kenaikan jumlah di setiap tiga tahun, seperti Gambar 1. berikut:



Gambar 1. Jumlah Perempuan Berumur 10 Tahun ke Atas yang Menjadi Wirausaha

Berdasarkan informasi pada Gambar 1. dapat disimpulkan bahwa wanita di Kota Bandung mulai memperlihatkan pertumbuhan dalam berwirausaha karena para wanita tersebut memilih bidang wirausaha sebagai pekerjaan utama mereka dan mengalami pertumbuhan jumlah dari 58.876 orang pada tahun 2007 menjadi 78.152 orang pada tahun 2013 (Damanik, 2013:8)^[3].

Faktor penting yang berperan dalam mendorong perempuan menjadi wirausaha adalah motivasi sebagai salah satu aspek personalitas. Perempuan menjadi wirausaha dapat menunjukkan bahwa perempuan mampu bersaing dengan laki-laki di dunia usaha. Motif sosial ini dapat membangun motivasi seseorang untuk

berwirausaha yang didasari oleh pemenuhan kebutuhan dimana salah satu komponennya adalah kepribadian individu.

Menurut teori motivasi, Schiffman dan Kanuk menekankan bahwa motivasi merupakan suatu dorongan agar kebutuhan seseorang dapat terpenuhi. Solomon menekankan sekali dorongan kebutuhan terpenuhi, maka dorongan tersebut menurun. Sedangkan Neil, Quester, Hawkins, menekankan bahwa motivasi merupakan dorongan seseorang untuk berperilaku dan mengarah kepada apa yang dibutuhkan. Dari tiga penafsiran diatas dapat ditarik benang merah bahwa motivasi menimbulkan dorongan agar kebutuhan seseorang terpenuhi (Nitisusastro,2012: 44).

Menurut Pandi, J.S. (2011) dalam Damanik (2014)^[3], faktor motivasi dianggap sangat penting dalam semua model teoritis kinerja kewirausahaan dan perlu untuk mengidentifikasi apa yang mendorong seorang wanita untuk memulai, mengatur, mengelola bisnis, yang menantang dirinya. Menurut Lee (1997); Indarti dan Wulandari (2003); Jati (2009); Prabandari dan Rosita (2013); Juniarto dan Aminah (2013) menjelaskan bahwa motivasi kebutuhan akan prestasi, kebutuhan afiliasi, kebutuhan dominasi dan kebutuhan otonomi yang terkait dalam faktor pendorong menjadi wirausaha perempuan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kebutuhan prestasi berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha *entrepreneur* wanita di Kota Bandung?
2. Apakah kebutuhan afiliasi berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha *entrepreneur* wanita di Kota Bandung?
3. Apakah kebutuhan dominasi berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha *entrepreneur* wanita di Kota Bandung?
4. Apakah kebutuhan otonomi berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha *entrepreneur* wanita di Kota Bandung?

2. Dasar Teori

2.1. Wirausaha (*Entrepreneur*)

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2010: 59)^[15], kewirausahaan merupakan hasil dari proses disiplin dan sistematis dalam menerapkan strategi terfokus terhadap ide dan pandangan baru untuk menciptakan produk atau jasa yang memuaskan kebutuhan pelanggan atau memecahkan masalah mereka. Sedangkan menurut Hisrich et al. (2010:6)^[6], definisi dari entrepreneurship adalah proses membuat sesuatu nilai yang baru untuk dirinya dan orang banyak dalam jangka waktu dan usaha tertentu; disertai aspek financial, fisik dan resiko sosial dan beragam ketidakpastian; serta untuk mendapatkan hasil moneter dan kepuasan pribadi.

2.2. Wanita Pengusaha (*Women Entrepreneur*)

Women entrepreneur merupakan wanita yang bergerak dalam bidang bisnis. Para wanita ini berprofesi sebagai wirausahawan karena memiliki berbagai macam faktor yang mendorongnya di antaranya adalah ingin memperlihatkan kemampuan prestasi yang di milikinya, membantu perekonomian rumah tangga, bosan dengan pekerjaan terdahulunya dan sebagai ibu rumah tangga. (Alma, 2009: 37)^[1]. Menurut Kumar et al. (2013) menyatakan bahwa wanita pengusaha adalah orang yang menerima peran yang menantang untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan mandiri secara ekonomi serta status sosial mereka.

2.3. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya (Suryana, 2008:285). Menurut Dauly dan Ramadini (2013:3)^[4] mengatakan bahwa keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya. Menurut Kasmir (2006:172) dalam Muchtar dan Ramadini (2011) keberhasilan usaha dapat diindikasikan dalam lima hal, yaitu:

1. Jumlah penjualan meningkat
2. Hasil produksi meningkat
3. Keuntungan atau profit bertambah
4. Pertumbuhan usaha
5. Perkembangan usaha berkembang cepat dan memuaskan

2.4. Motivasi

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri seseorang. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku kearah pencapaian suatu tujuan tertentu (Suryana dan Bayu, 2010:86)^[12].

2.5. Kebutuhan

Dalam sebagian besar literatur teori mengenai kebutuhan, banyak ahli yang menawarkan berbagai definisi untuk konsep kebutuhan (needs). Secara umum, definisi kebutuhan melibatkan tiga elemen kunci dalam Lee (1997)^[9]:

- Kebutuhan adalah keadaan ketidakseimbangan (disequilibrium) atau kekurangan (Murray, 1938; Maslow, 1974)
- Kebutuhan mendorong tindakan (Murray, 1938; Miller dan Dellard, 1974)
- Kebutuhan adalah potensi atau kesiapan untuk merespon atau bertindak dengan cara tertentu dalam kondisi tertentu (Murray, 1938; Liverant, 1958)

Karenanya, selama tidak ada halangan dalam memenuhi kebutuhan, kebutuhan tidak menjadi elemen penting dalam kepribadian atau kehidupan seseorang. Dengan kata lain, hanya kebutuhan yang tidak terpenuhilah yang akan memotivasi seseorang untuk bertindak sebagai usaha untuk mencapai keadaan seimbang (equilibrium) atau mengurangi ketidaknyamanan.

2.5.1. Kebutuhan Akan Prestasi

Kebutuhan akan berprestasi adalah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik guna mencapai kepuasan pribadi (Suhandana (1980) dalam Suryana, 2008:52)^[10].

2.5.2. Kebutuhan Akan Afiliasi

Kebutuhan akan afiliasi merupakan hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain. Wirausaha yang memiliki motivasi berafiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerja sama daripada persaingan, dan saling pengertian (Suryana, 2008:54)^[13].

2.5.3. Kebutuhan Akan Dominasi

Dorongan untuk mendominasi hadir dalam keinginan seseorang untuk mengendalikan emosi dan perilaku orang lain. Orang dengan kebutuhan akan dominasi yang tinggi cenderung mencari kesempatan untuk memimpin dan lebih menyukai mengendalikan orang dan urusan lain (Murray, 1938 dalam Indarti dan Wulandari (2003)^[7].

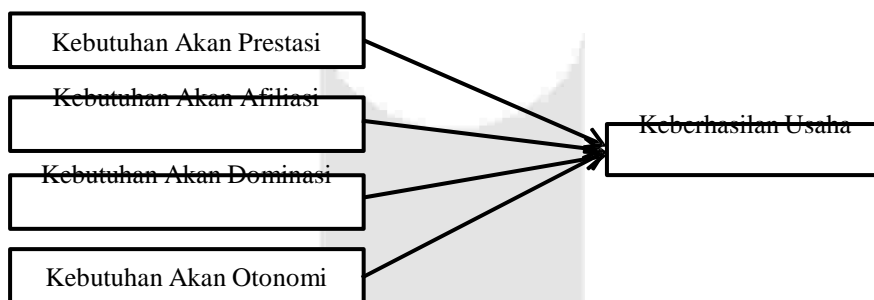
2.5.4. Kebutuhan Akan Otonomi

Menurut Edwards Personal Preference Schedule dalam Lee (1997)^[9], kebutuhan otonomi didefinisikan sebagai melakukan hal-hal tanpa memperhatikan apa yang orang lain mungkin berpikir dan untuk menghindari tanggung jawab dan kewajiban. Kebutuhan otonomi mengontrol mereka yang tidak ingin untuk memimpin atau dipimpin, orang-orang yang ingin pergi dengan cara mereka sendiri, tak terpengaruh dan muncul sebagai pembangkangan atau sebagai pelarian dari menahan diri.

Orang-orang dengan kebutuhan otonomi yang tinggi, umumnya lebih memilih bekerja mandiri, peduli tentang pendapat dan aturan lain, dan lebih memilih untuk membuat keputusan sendiri.

2.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. dibawah ini:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

2.7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara tentang hubungan antara dua atau lebih variabel (Silalahi, 2012:34)^[12]. Dari hasil kerangka pemikiran di atas dapat disimpulkan penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2011:69)^[11]. Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka pada penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yang terbentuk sebagai berikut:

Hipotesis 1: Kebutuhan akan prestasi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kebutuhan akan prestasi terhadap keberhasilan usaha.

H_1 : Kebutuhan akan prestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keberhasilan usaha.

Hipotesis 2: Kebutuhan akan afiliasi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kebutuhan akan afiliasi terhadap keberhasilan usaha.

H_1 : Kebutuhan akan afiliasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Hipotesis 3: Kebutuhan akan dominasi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kebutuhan akan dominasi terhadap keberhasilan usaha.

H_1 : Kebutuhan akan dominasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Hipotesis 4: Kebutuhan akan otonomi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kebutuhan akan otonomi terhadap keberhasilan usaha.

H_1 : Kebutuhan akan otonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena menurut Sugiyono penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *sampling* jenuh, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.1. Teknik Pengumpulan Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kausal, di mana menurut Zikmund *et al* penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan karakteristik objek, manusia, kelompok, organisasi atau lingkungan. Menurut Amirullah, 2013:12^[2] studi kausal merupakan suatu tipe dari penelitian konklusif dimana tujuan utamanya adalah untuk mencari hubungan sebab akibat. Penelitian kausal sangat cocok untuk tujuan sebagai berikut, (1) Mengerti yang mana variabel independen (sebab) dan yang mana variabel dependen (terpengaruhi) dari suatu fenomena dan (2) menentukan sifat dasar hubungan antara variabel penyebab dan dampaknya terhadap variabel yang diprediksi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada *entrepreneur* wanita mitra binaan Community Development Center PT. Telekomunikasi Tbk. Witel Jabar Tengah dengan sampel sebanyak 219 orang dengan metode *nonprobability sampling*.

3.2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas, yaitu Kebutuhan Prestasi (X_1), Kebutuhan Afiliasi (X_2), Kebutuhan Dominasi (X_3), Kebutuhan Otonomi (X_4) terhadap variabel terikat yaitu Keberhasilan Usaha (Y). Dalam regresi linear berganda terdapat uji f dan uji t. Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh motivasi secara bersama-sama (simultan) terhadap keberhasilan usaha, sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh motivasi secara parsial terhadap keberhasilan usaha.

3.3. Hasil Penelitian

3.3.1. Uji Normalitas

Pada penelitian ini, analisis grafik untuk uji normalitas yang digunakan adalah analisis grafik Normal P-Plot dan Analisis statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hasil uji normalitas dengan analisis grafik Normal P-Plot menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari sebaran data (garis diagonal), hal ini berarti model regresi pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) menunjukkan nilai signifikansi (Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,057, karena nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05 ($0,057 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

3.3.2. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa pola titik-titik menyebar secara acak diatas angka 0 dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang teratur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

3.3.3. Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* yang dihasilkan dari setiap variabel bebas memiliki nilai lebih dari 0,1 dan memiliki nilai VIF kurang dari 10. Hal ini berarti variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda yaitu pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen ditunjukkan pada tabel 1. berikut:

Tabel 1. Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	.605	.219	2.763	.006
Mean x1	.649	.087	7.497	.000
Mean x2	.301	.068	4.416	.000
Mean x3	-.035	.056	-.628	.531
Mean x4	-.088	.059	-1.491	.138

Berdasarkan output diatas didapat nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,605 + 0,649X_1 + 0,301X_2 + (-0,035X_3) + (-0,088X_4) + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka dapat disimpulkan bahwa empat sub variabel dalam variabel independen yaitu Kebutuhan Akan Prestasi dan Kebutuhan Akan Afiliasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha yang artinya apabila ke dua sub variabel meningkat maka Keberhasilan Usaha juga akan meningkat. Sedangkan, Kebutuhan Akan Dominasi dan Kebutuhan Akan Otonomi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha yang artinya apabila ke dua sub variabel meningkat maka Keberhasilan Usaha juga akan menurun.

3.3.5. Uji F

Adapun hasil uji ANOVA atau F test dapat dilihat pada tabel 2. berikut:

Tabel 2. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	44.898	4	11.224	86.441	.000 ^b
	Residual	27.788	214	.130		
	Total	72.686	218			

Berdasarkan tabel 4.9, dapat dijelaskan bahwa Fhitung sebesar 86,441 dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000, karena nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftabel (86,441 > 2,41) serta nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) (0,000 ≤ 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang signifikan antara kebutuhan akan prestasi (X₁), kebutuhan akan afiliasi (X₂), kebutuhan akan dominasi (X₃), kebutuhan akan otonomi (X₄) terhadap keberhasilan usaha (Y).

3.3.6. Koefisien Determinasi

Tabel 3. Analisis Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.618	.611	.36035

Sumber: Hasil Olahan Penulis dengan SPSS 20

Berdasarkan tabel 3. dapat dilihat bahwa nilai R (nilai korelasi berganda) yang dihasilkan adalah sebesar 0,786 dan nilai R square (R²) atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,618. Angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya kontribusi Kebutuhan Akan Prestasi, Kebutuhan Akan Afiliasi, Kebutuhan Akan Dominasi, dan Kebutuhan Akan Otonomi terhadap Keberhasilan Usaha. Adapun cara untuk menghitung R square atau koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Kd &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,786)^2 \times 100\% \\ &= 61,78\% \end{aligned}$$

Dengan demikian, maka dapat diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 61,47% yang berarti bahwa Kebutuhan Akan Prestasi (X1), Kebutuhan Akan Afiliasi (X2), Kebutuhan Akan Dominasi (X3) dan Kebutuhan Akan Otonomi (X4) memberikan pengaruh secara simultan (bersama-sama) sebesar 61,78% terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Sedangkan sisanya sebesar 38,22% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan interpretasi data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Terdapat pengaruh signifikan antara kebutuhan akan prestasi terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita di Kota Bandung.
2. Kebutuhan akan afiliasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita di Kota Bandung.
3. Kebutuhan akan dominasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita di Kota Bandung.
4. Kebutuhan akan otonomi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita di Kota Bandung.

5. Saran

5.1. Saran Akademisi

1. Entrepreneur wanita di Kota Bandung yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah hanya mereka yang tergabung dalam Mitra Binaan Community Development Center PT. Telekomunikasi Tbk. Witel Jabar Tengah, sehingga kemungkinan temuan akan berbeda jika responden diperluas pada mereka yang tidak tergabung dalam Mitra Binaan Community Development Center PT. Telekomunikasi Tbk. Witel Jabar Tengah.
2. Penelitian ini tidak mengungkap sektor usaha yang ditekuni oleh para entrepreneur wanita. Meskipun dari data yang didapatkan dari Community Development Center, sektor usaha yang dijalankan beragam mulai dari industri, perdagangan, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, jasa, dan lainnya. Perbandingan motivasi antara entrepreneur dengan sektor usaha dan besar perusahaan yang berbeda mungkin menunjukkan hasil yang lebih menarik. Disamping itu, akan sangat menarik jika penelitian selanjutnya bisa menginvestigasi hubungan antara jenis motivasi lainnya, sektor usaha, dan perkembangan usaha.
3. Perbedaan tempat penelitian sering kali menghasilkan hasil yang sedikit berbeda, seperti pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu penelitian Juniarto dan Aminah (2013) menghasilkan hasil yang berbeda dimana kebutuhan akan dominasi mempengaruhi kesuksesan, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut dan mendalam seperti penambahan variabel penelitian. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penyebaran data yang lebih merata untuk setiap aspek yang diteliti sehingga analisis dapat dilakukan lebih jelas dan dapat lebih menggambarkan situasi yang sebenarnya secara general.

5.2. Saran Praktisi

1. Perlu menjadi perhatian bagi pihak-pihak atau lembaga-lembaga yang terkait dengan perkembangan entrepreneur khususnya entrepreneur wanita seperti Community Development Center PT. Telekomunikasi Tbk, IWAPI, pemerintahan, universitas, organisasi non pemerintah, dan jasa pengembangan bisnis harus memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha entrepreneur wanita untuk dapat memberikan bantuan asistensi khusus kepada entrepreneur wanita.
2. Seseorang yang memiliki kebutuhan akan prestasi yang tinggi mempunyai keinginan yang kuat untuk sukses. Oleh sebab itu dukungan untuk meraih keberhasilan harus selalu diberikan, misalnya melalui pemberian penghargaan baik monetary atau non monetary, pemberian kesempatan dari sponsor untuk kegiatan-kegiatan yang dapat merangsang para entrepreneur wanita. Hal ini dapat memberikan konsekuensi logis bagi dunia entrepreneur itu sendiri untuk mampu menyediakan sarana dan prasarana yang dapat memacu para entrepreneur wanita untuk meningkatkan kinerja dan prestasinya.
3. Seseorang yang memiliki kebutuhan akan afiliasi yang tinggi lebih menyukai berkumpul dengan orang lain. Oleh sebab itu perlunya upaya untuk entrepreneur wanita memperbanyak menjalin silaturahmi,

- menciptakan hubungan dan lingkungan yang hangat dan bersahabat, sistem komunikasi yang baik serta hubungan yang menyenangkan kepada orang lain maupun karyawan sendiri.
4. Seorang entrepreneur akan mempunyai dominasi yang tinggi dalam perusahaannya karena kewenangan yang dimilikinya. Hal ini berimplikasi pada penciptaan situasi pada organisasi yang memberikan kesempatan pada entrepreneur untuk dapat mengekspresikan gaya kepemimpinannya seperti aoa yang mereka rasa tepat dan dapat menunjukkan kepentingan akan kontribusi penting untuk kelompoknya.
 5. Seorang dengan kebutuhan akan otonomi yang tinggi biasanya lebih menyukai bekerja mandiri. Oleh sebab itu pelatihan dan pengetahuan berupa peningkatan kegiatan berwirausaha juga diperlukan untuk memudahkan dalam menjalankan usaha yang nantinya diharapkan mampu meningkatkan keberhasilan usaha.

Daftar Pustaka:

- [1] Alma, Buchari. (2009). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta
- [2] Amirullah 2013
- [3] Damanik, Mutiara Anasta A. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pada Wanita Pengusaha UMKM Di Kota Bandung Tahun 2014)*. Universitas Telkom Bandung.
- [4] Daulay, Rina W. dan Ramadini Frida. (2013). *Efikasi Diri dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Fotocopy dan Alat Tulis Kantor di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal*, Jurnal Media Informasi Manajemen
- [5] Hadiyati, Ernani. (2011). *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 13, No.1, Maret 2011. Hal 8-16
- [6] Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, Dean A. Shepherd. (2010). *Entrepreneurship* (8th ed.). Boston: McGraw-Hill, International Editions.
- [7] Indarti, Nurul., dan Wulandari, Diah Retno. (2003). *Profil dan Motivasi Entrepreneur Wanita Di Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol. 18, No. 4, 2003, 361-373. Retrieved from <http://jieb.feb.ugm.ac.id/>
- [8] Kumartinah, Agus Dwi Nugroho. (2012) *Analisis Pengaruh Kompensasi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Mediasi Motivasi Kerja*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2012, Hal. 153-169
- [9] Lee, Jean. (1997). *The Motivation of Women Entrepreneurs in Singapore*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 3 Iss 2 pp. 93 – 110. Retrieved from www.emeraldinsight.com
- [10] Muchtar Ramadini
- [11] Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Refika Aditama
- [12] Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- [12] Suryana, dan Bayu. (2010). *KEWIRAUSAHAAN Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- [13] Suryana. (2008). *KEWIRAUSAHAAN Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- [14] Departemen Koperasi. (2015). *Wirausaha Maju, Negara Sejahtera*. Didapat dari: http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1521:wirausaha-maju-negara-sejahtera&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98
- [15] Zimmerer, Thomas W., Scarborough, Norman M. (2009). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil (Buku 2-5/E)*. Jakarta: Salemba Empat
- [16] Zikmund, William G. (2010). *Business Research Methods* (8th ed.). South Western: Cengage Learning.