

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI WANITA UNTUK MENJADI WIRAUSAHA (STUDI PENGUSAHA WANITA UMKM DI KOTA BANDUNG TAHUN 2015)

FACTOR ANALYSIS THAT MOTIVATE WOMAN TO BECOME ENTREPRENEUR (A STUDY BASED ON WOMAN ENTREPRENEUR OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE CITY OF BANDUNG)

TELKOM UNIVERSITY

Nina Aimasari¹, Astri Ghina²

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

ninaaimasari@gmail.com¹, astrighina@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Peranan wanita dalam kegiatan ekonomi terutama melalui UMKM telah terbukti dalam membantu perekonomian keluarga dan juga membantu pertumbuhan ekonomi daerah. Selain itu saat ini emansipasi wanita sudah cukup maju. Dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah wirausaha wanita di Kota Bandung yang dari tahun ke tahun semakin meningkat. Dengan banyaknya wanita yang menjadi wirausaha menunjukkan bahwa wanita mampu bersaing dengan laki-laki di dunia usaha. Serta meningkatnya jumlah wirausaha wanita tidak terlepas dari faktor pendorong baik internal maupun eksternal. Diperlukan identifikasi faktor apa yang mendorong seorang wanita untuk memulai, mengatur dan mengelola bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi wirausaha wanitadi Kota Bandung untuk menjadi wirausaha dan faktor yang paling dominan yang memotivasi pengusaha wanita di Kota Bandung untuk menjadi wirausaha. Metode Analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah wirausaha wanita di Kota Bandung.

Hasil analisis faktor motivasi terhadap 100 responden wirausaha wanita yang diteliti terbentuk 5 faktor motivasi yaitu *personal growth* (pengembangan diri), *family* (keluarga) dan *income-job* (pendapatan), *Government Subsidy* (Subsidi pemerintah) dan *Skill and Knowledge* (Keahlian dan Pengetahuan). Dan Faktor yang paling dominan dalam memotivasi pengusaha wanita untuk berwirausaha di Kota Bandung adalah faktor *Income-Job* (pendapatan) dengan nilai varians paling tinggi dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya.

Kata kunci: *Motivation, Woman Entrepreneur, Factor Analysis*

Abstract

The role of women in economic activities mainly through SMEs have been proven to help the economy of his family and also help growth of local economy. Besides that, now emancipation of women is quite advanced. Can be seen from the growing number of women entrepreneurs in Bandung, which from year to year increase. With so many women who become entrepreneurs show that women can compete with men in the business world. As well as the growing number of women entrepreneurs is inseparable from the drivers of both internal and external. Required identification of what factors encourage a woman to initiate, organize and manage the business.

This study aims to determine the factors that motivated woman entrepreneurs in Bandung to become entrepreneurs and the most dominant factors that motivate women entrepreneurs in Bandung to become entrepreneurs. The analysis method used is the analysis of factors. The sample used in this study were women entrepreneurs in Bandung.

Results of the analysis of motivational factors on 100 respondents entrepreneurial women in the study was formed 5 motivational factors are personal growth), family and income-job, Government Subsidy and Skill and Knowledge, And the most dominant factor in motivating women entrepreneurs to entrepreneurship in Bandung is a factor Income-Job with the highest variance value compared with other factors.

Keywords: *Motivation, Woman Entrepreneur, Factor Analysis*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

kewirausahaan adalah salah satu faktor utama pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang membantu menciptakan lapangan kerja dan juga memiliki peran penting dalam pengembangan daya saing negara. Pembangunan ekonomi dapat tercapai jika kegiatan perekonomiannya juga berjalan dengan baik. Kegiatan perekonomian yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi adalah sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah [1]

pengusaha wanita memiliki dampak yang signifikan terhadap ekonomi, bukan hanya dalam kemampuan untuk menciptakan pekerjaan untuk diri mereka sendiri tetapi juga menciptakan pekerjaan untuk orang lain. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Anita Woolley dan Thomas Malone menyatakan bahwa lebih banyak perempuan dalam suatu pekerjaan maka hasil yang didapatkan akan lebih baik. Penelitian tersebut menemukan bahwa wanita lebih baik dalam berkomunikasi dan merupakan pendengar yang baik dibandingkan pria. Selain itu Woolley dan Malone menemukan dalam penelitiannya bahwa perempuan cenderung lebih kuat dalam mengajak orang lain ikut dalam percakapan dan lebih baik dalam mendengarkan. Hal tersebut merupakan keuntungan bagi wirausaha yang mampu mengetahui kebutuhan konsumen dan membangun tim kerja yang efektif [2]. Sehubungan dengan keterlibatan perempuan di sektor UMKM, dari 52 juta UMKM di Indonesia, 60 persen dimiliki oleh wanita. Hal ini jika dapat terus ditingkatkan maka entrepreneur wanita akan mampu berperan secara signifikan terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia. republika.co.id [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 untuk dirinya [4]. Walaupun wirausaha wanita mampu membantu dalam pertumbuhan ekonomi, masih sedikit penelitian yang membahas mengenai pengusaha wanita terutama tentang motivasi usaha pengusaha wanita dalam praktek usahanya di negara berkembang seperti Indonesia [5].

Setelah mengamati fenomena mengenai pengaruh wanita dalam wirausaha dan emansipasi wanita yang sudah didukung oleh masyarakat Indonesia terutama dalam hal pengusaha wanita mandiri, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI WANITA UNTUK MENJADI WIRAUSAHA (STUDI PENGUSAHA WANITA UMKM DI KOTA BANDUNG TAHUN 2015)”

1.2 Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penulisan ini yang akan dibahas dan dirumuskan berdasarkan latar belakang tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor apa saja yang memotivasi pengusaha wanita UMKM di Kota Bandung untuk menjadi wirausaha?
- b. Faktor apakah yang paling dominan yang memotivasi pengusaha wanita UMKM di Kota Bandung untuk menjadi wirausaha?

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Wirausaha

Menurut Alma [6], wirausahawan adalah seorang innovator, sebagai individu yang mempunyai naluri untuk melihat peluang-peluang, mempunyai semangat, kemampuan dan pikiran untuk menaklukkan cara berpikir lamban dan malas.

2.2 Wirausaha Wanita

Menurut Barani dan Dheepa [4], wirausaha wanita dapat didefinisikan sebagai wanita atau sekelompok wanita yang memulai, mengatur dan mengoperasikan perusahaan bisnis.

2.3 Motivasi

Menurut Alma [6], metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

2.7 Metode Penelitian

Menurut Sugiono [7], metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai

metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Pengambilan sampel digunakan metode *probability sampling*. Dalam penelitian ini digunakan metode sampling menggunakan *simple random sampling*. Dalam penelitian ini besarnya populasi adalah 78.152 orang. Besaran sampel adalah 100.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu metode kuisisioner (angket) dan *library research* (studi kepustakaan). Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan analisis faktor.

3. Pembahasan Hasil Penelitian

3.1 Uji Asumsi Analisis Faktor

KMO and Bartlett's Test

| | | |
|--|--------------------|----------------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | .728 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 903.730 |
| | df | 136 |
| | Sig. | .000 |

Hasil uji KMO dan Bartlett's test menunjukkan KMO MA lebih dari 0,5 yaitu 0,728 dan nilai Bartlett's test dengan Chi-Square = 903.730 dan signifikan pada 0,000. Nilai ini menandakan bahwa penelitian ini diperbolehkan menggunakan analisis factor sebagai metode analisisnya karena nilai yang dihasilkan diatas lebih dari 0,5.

3.2 Penentuan Banyak Faktor dan Pengelompokan Variabel Berdasarkan Loading factor

Keputusan pengambilan jumlah faktor didasarkan pada nilai eigenvalue dan dari matriks korelasi antar variabel dan pengelompokan variabel dilakukan dengan membandingkan nilai loading faktor secara mutlak diantara faktor-faktor yang terbentuk.

Dari ke-17 variabel yang dianalisis, ternyata hasil ekstraksi menjadi 6 faktor yang memiliki nilai eigenvalue > 1

- Faktor 1 nilai eigenvalue 4,996 dan mampu menjelaskan 29,387% variasi.
- Faktor 2 nilai eigenvalue 3,058 dan mampu menjelaskan 17,99% variasi.
- Faktor 3 nilai eigenvalue 1,793 dan mampu menjelaskan 10,54% variasi.
- Faktor 4 nilai eigenvalue 1,402 dan mampu menjelaskan 8,249% variasi.
- Faktor 5 nilai eigenvalue 1,040 dan mampu menjelaskan 6,12% variasi.

Dan dapat disimpulkan bahwa lima faktor keseluruhan mampu menjelaskan 72,28% variasi.

3.3 Pengelompokan Variabel Kedalam Faktor-faktor

| Variabel | Faktor 1 | Faktor 2 | Faktor 3 | Faktor 4 | Faktor 5 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Keinginan konsumen banyak atas produk yang dijual. | 0,901 | | | | |
| Kecilnya investasi | 0,871 | | | | |
| Adanya barang mentah atas produk yang dijual | 0,842 | | | | |
| Meningkatkan pendapatan | 0,799 | | | | |
| Membuktikan kemampuan dalam berwirausaha | | 0,855 | | | |
| Kepuasan diri sendiri | | 0,796 | | | |
| Menggunakan pengalaman yang telah didapat | | 0,672 | | | |
| Dapat mengatur waktu sendiri | | 0,537 | | | |
| Lebih dekat dengan keluarga | | | 0,911 | | |
| Menyediakan pekerjaan untuk | | | 0,786 | | |

| | | | | | |
|---|--|--|-------|-------|-------|
| anggota keluarga | | | | | |
| Agar selalu merasa memiliki pekerjaan | | | 0,762 | | |
| Membangun usaha untuk jangka panjang | | | 0,629 | | |
| Mengetahui <i>supplier</i> atas produk yang dijual | | | | 0,871 | |
| Subsidi pemerintah | | | | 0,853 | |
| Adanya sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan di bidang usaha yang dimiliki | | | | 0,773 | |
| Pengakuan dari masyarakat | | | | | 0,793 |
| Mengetahui adanya pilihan pinjaman usaha | | | | | 0,621 |

Kemudian setelah dilakukan pengelompokan variabel ke dalam faktor, maka langkah selanjutnya adalah pemberian nama faktor. Pemberian nama factor merupakan ketentuan dari peneliti, pemberian nama tersebut berdasarkan variabel yang dapat diukur langsung untuk menggambarkan faktor yang merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

| Variabel | Nama Faktor |
|--|--|
| 1. Keinginan konsumen banyak atas produk yang dijual. 2. Kecilnya investasi 3. Adanya barang mentah atas produk yang dijual 4. Meningkatkan pendapatan | <i>Income-job</i> (Pendapatan) |
| 1. Membuktikan kemampuan dalam berwirausaha 2. Kepuasan diri sendiri 3. Menggunakan pengalaman yang telah didapat 4. Dapat mengatur waktu sendiri | <i>Personal Growth</i> (Pengembangan Diri) |
| 1. Lebih dekat dengan keluarga 2. Menyediakan pekerjaan untuk anggota keluarga 3. Agar selalu merasa memiliki pekerjaan 4. Membangun usaha untuk jangka panjang | <i>Family</i> (Keluarga) |
| 1. Mengetahui <i>supplier</i> atas produk yang dijual 2. Subsidi pemerintah 3. Adanya sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan di bidang usaha yang dimiliki | <i>Government Subsidy</i> (Subsidi Pemerintah) |
| 1. Pengakuan dari masyarakat 2. Mengetahui adanya pilihan pinjaman usaha | <i>Skill and Knowledge</i> (Keahlian dan Pengetahuan) |

4. Kesimpulan

Setelah melakukan uji analisis faktor, dari nilai eigenvalue terbentuk 5 faktor motivasi yang mengelompokkan motivasi-motivasi wirausaha wanita, yaitu *personal growth* (pengembangan diri), *family* (keluarga), *income-job* (pendapatan) *Government Subsidy* (Subsidi pemerintah) dan *Skill and Knowledge* (Keahlian dan Pengetahuan). Hasil analisis motivasi didapat dari 100 orang responden wirausaha wanita. Lima faktor tersebut mewakili variabel-variabel motivasi wirausaha wanita yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. *Income-job* (pendapatan)
 - a. Keinginan konsumen banyak atas produk yang dijual.
 - b. Kecilnya investasi
 - c. Adanya barang mentah atas produk yang dijual
 - d. Meningkatkan pendapatan
2. *Personal growth* (pengembangan diri)
 - a. Membuktikan kemampuan dalam berwirausaha
 - b. Kepuasan diri sendiri
 - c. Menggunakan pengalaman yang telah didapat
 - d. Dapat mengatur waktu sendiri

3. *Family* (keluarga)
 - a. Lebih dekat dengan keluarga
 - b. Menyediakan pekerjaan untuk anggota keluarga
 - c. Agar selalu merasa memiliki pekerjaan
 - d. Membangun usaha untuk jangka panjang
4. *Government Subsidy* (Subsidi pemerintah)
 - a. Mengetahui *supplier* atas produk yang dijual
 - b. Subsidi pemerintah
 - c. Adanya sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan di bidang usaha yang dimiliki
5. *Skill and Knowledge* (Keahlian dan Pengetahuan)
 - a. Pengakuan dari masyarakat
 - b. Mengetahui adanya pilihan pinjaman usaha

Kemudian untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan, dapat dilihat pada total nilai varians pada pada tabel *Total Variance Explained* berdasarkan hasil penelitian tersebut dan dari hasil analisis secara keseluruhan, diketahui faktor-faktor yang dominan dalam motivasi wirausaha wanita di Kota Bandung secara berurutan adalah faktor *Income-job* (pendapatan) dengan nilai varians 29,387%, faktor *Personal growth* (pengembangan diri) dengan nilai varians 17,99%, faktor *Family* (keluarga) dengan nilai varians 10,54%, faktor *Government Subsidy* (Subsidi pemerintah) 8,249% dan faktor *Skill and Knowledge* (Keahlian dan Pengetahuan) dengan nilai varians 6.12%.

Daftar Pustaka

- [1] Sladana, V., Goran, K., Dragan, I. dan Radomir, V. (2012). The Development of Female Entrepreneurship in the Function of Overcoming Unemployment of Women in Serbia. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*.
- [2] Kalyani, B. dan Kumar, D. (2011). Motivational Factors, Entrepreneurship and Education: Study with Reference to Women in SMEs. *Far East of Psychology and Business*, Vol. 3, No.3.
- [3] Yuldinawati (2015) . *Jumlah Pengusaha UMKM Perempuan Meningkat*. Didapat dari: <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/15/07/13/nrfiur-jumlah-pengusaha-umkm-perempuan-meningkat>
- [4] Barani, G. dan Dheepa, T. (2013). Influence of Motives and its Impact on Women Entrepreneurs of India. *Journal of Entrepreneurship and Management*, Vol. 2.
- [5] Zhu, L. dan Chu, H.M. (2010). *Motivations, Success Factors and Problems Encountered by Chinese Women Entrepreneurs: A Factor Analysis*. *International Review of Business Research Papers*.
- [6] Alma, Buchari. (2011). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- [7] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.