

## ABSTRAK

Topik mengenai wanita yang berwirausaha menunjukkan peningkatan yang signifikan di seluruh dunia. Data yang ditunjukkan baik oleh Google *Trend* maupun media sosial memperlihatkan bahwa hasil penelusuran kata kunci terkait wanita pengusaha selalu meningkat di setiap tahunnya. Di Instagram saja sudah terdapat hampir 200.000 tagar/*hashtag* (#) dari istilah *Womenentrepreneur*, *Womanentrepreneur*, *Womenbusinessowner* dan *Womanbusinessowner* pada bulan Januari 2016. Pada umumnya karakteristik seorang wanita pengusaha berbeda dibandingkan pria, dimana terdapat 7 perbedaan dari gaya berbisnisnya (Zwilling, 2013). Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) merupakan organisasi wanita pengusaha pertama dan tertua di Indonesia. Di IWAPI cabang kota Bandung terdapat beberapa persoalan di tingkat organisasi, seperti momentum untuk berbagi semangat juang tidak tertular pada generasi berikutnya, terlalu sibuk mengembangkan sampai ke cakupan ranting, ketidakharmonisan antar pengurus dan lain-lain. Sedangkan persoalan wanita pengusaha yang sifatnya individual adalah dilema peran ganda serta kurangnya kepercayaan diri terkait faktor pendidikan dan kemampuan manajerial. Selain itu, faktor eksternal seperti norma dan stereotipe mengenai peran pria dan wanita di Indonesia juga mempengaruhi seorang wanita untuk memutuskan apakah mereka akan berwirausaha atau tidak. Dengan sederet rintangan tersebut, penelitian mengenai perjuangan wanita pengusaha haruslah fokus pada pengusaha itu sendiri. Pengkajian intensi adalah cara yang paling akurat memprediksi perilaku yang dalam hal ini adalah kegiatan berwirauasaha. Penelitian kewirausahaan dilakukan dengan dua jalur utama, yaitu: karakteristik pribadi dan pengaruh faktor eksternal, seperti politik dan sosial, pasar, peluang industri, dan dukungan keuangan (Sánchez, 2012:30).

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dimensi *Entrepreneurial Intentions* pada wanita pengusaha di IWAPI kota Bandung yang berumur dewasa madya dengan menggunakan Model Intensi *Entrepreneurial Event* dari Shapero (SEE). Jenis penelitian yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus (*case study*). Tipe penentuan sampel yang digunakan adalah Penarikan Sampel Jaringan atau disebut juga Teknik *Snowball* (*Snowball Sampling*) dan didapat 4 responden yang sudah diseleksi berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tema penelitian, yaitu anggota IWAPI cabang kota Bandung yang benar-benar merintis usahanya dari awal, baik untuk level UMKM ataupun pengusaha dengan level yang lebih besar.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa faktor pemicu (*trigger event*) didominasi oleh pengalaman *negative displacement* dibandingkan *having positive pull* dan hanya ada 1 responden yang mengalami keduanya sekaligus. Jika dilihat dari teori SEE, dimensi *perceived desirability* tidak banyak mempengaruhi keputusan semua responden dalam berwirausaha sehingga mereka tidak terlalu mempersoalkan opini publik mengenai peran wanita sebagai pengusaha karena memang tidak ada 1 pun responden yang sudah memiliki keinginan dari awal untuk berwirausaha. Faktor utama yang harus diberi perhatian adalah *Perceived Feasibility* karena terbukti bahwa keyakinan yang tinggi mampu membuat seorang wanita pengusaha berhasil memaksimalkan potensi sumber daya yang dimilikinya.

**Kata Kunci:** Wanita Pengusaha, Intensi, *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, *Propensity to Act*.