

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia atau bisa disingkat IWAPI merupakan organisasi wanita nirlaba yang didirikan pada tanggal tahun 1975 oleh dua bersaudara yaitu Prof. Kemala Motik dan Dr. Dewi Motik PMSI. IWAPI adalah sebuah organisasi untuk membantu perempuan Indonesia untuk menjadi pengusaha tangguh dengan memberi mereka informasi, advokasi, pendidikan dan pelatihan.

Untuk mengembangkan organisasinya, IWAPI juga membangun hubungan yang kuat dan kerja sama nasional & global. IWAPI sendiri telah mendapat dukungan di tingkat nasional oleh Kementerian Koperasi & UKM, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Indonesia, Kementerian Perdagangan, KADIN Indonesia, Perbankan Indonesia, dll. Sedangkan di tingkat Internasional IWAPI telah melakukan beberapa program bersama dengan Kedutaan Besar AS, Kedutaan CANADA/CIDA, Kedutaan Malaysia, Kedutaan Hong Kong, Kedutaan Taiwan, IFC/Bank Dunia, ASEAN, USAID, The Asia Foundation, ACWO, dll.

Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) telah tersebar di beberapa kota besar salah satunya kota Bandung. IWAPI Kota Bandung diketuai oleh Ega Megantari. Menurut data statistik, jumlah pengusaha di kota Bandung sekitar 90.000 orang dari 2,3 juta jiwa yang idealnya di atas 90.000 orang atau minimal 160.000. Oleh karena itu dengan adanya IWAPI ini diharapkan bisa tampil sebagai salah satu organisasi independen yang mengajak seluruh masyarakat untuk meningkatkan kemandirian dalam meningkatkan ketahanan pangan dan ekonomi.

Untuk meningkatkan eksistensinya, IWAPI dan Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN) memberikan kesempatan kepada mereka untuk selalu berpartisipasi dalam pameran di dalam dan luar negeri. Tidak hanya itu untuk meningkatkan permodalan, kerjasama juga dijalin dengan Bank Pemerintah maupun Swasta. Sejak 5 Desember 1979, untuk menambah pengetahuan dan keterampilan maka dibentuk Pusat Pendidikan IWAPI yaitu kursus catering dan garment karena kegiatan ini paling dibutuhkan pada saat itu (Iskandar, 2011)

Berdasarkan informasi yang didapat dari situs resmi IWAPI, organisasi ini memiliki Visi “Untuk menjadi sebuah organisasi perempuan pengusaha Indonesia yang kuat di tingkat Nasional dan Internasional” dan Misinya yaitu:

1. Untuk memberdayakan dan memperkuat kaum perempuan di UKM.
2. Untuk meningkatkan kemampuan anggota.
3. Untuk mendapatkan akses ke teknologi baru, pemasaran, dan keuangan.



Gambar 1. 1 Logo Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia

Sumber: IWAPI.id

Pada saat ini mayoritas dari 30.000 anggota IWAPI adalah pengusaha kecil – menengah yang bergerak dalam bidang usaha kreatif. Adapun pengelompokan ukuran jenis usaha berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu:

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik perorangan yang memiliki aset maksimal 50 juta rupiah dan omzet maksimal 300 juta rupiah.
2. Usaha Kecil, yaitu usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan baik langsung ataupun tidak langsung. Usaha jenis ini memiliki aset sebesar 50-500 juta rupiah dan omzet sebesar 300 juta rupiah sampai 2,5 miliar rupiah.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif milik perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan baik langsung ataupun tidak langsung dengan jumlah aset sebesar 500 juta rupiah – 10 miliar rupiah dan omzet sebesar 2,5 – 50 miliar rupiah.

Sedangkan kriteria usaha yang lebih besar menurut peraturan menteri perdagangan No.46/M-DAG/PER/9/2009 tentang Izin Usaha Perdagangan adalah usaha ekonomi produktif milik perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan

baik langsung ataupun tidak langsung dengan jumlah kekayaan bersih diatas 10 milyar.

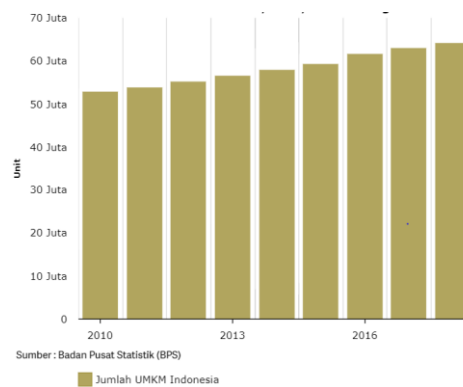
IWAPI sendiri memiliki program dalam keberlangsungan wirausaha perempuan seperti:

1. Bantu perempuan Indonesia menjadi pengusaha yang kuat dengan memberikan mereka informasi, advokasi, pendidikan dan pelatihan, serta akses ke lembaga keuangan.
2. Mempromosikan, mengembangkan dan mempromosikan kerjasama bisnis antara anggota dan jaringan luas mereka dengan pengusaha global.
3. Menjadi agen perubahan mereka sendiri sehingga mereka bisa menjadi pengusaha yang lebih baik.
4. Mempromosikan kerjasama yang lebih baik dengan sektor swasta, lembaga pemerintah dan organisasi non-pemerintah.
5. Mempromosikan kerjasama yang lebih baik dengan sektor swasta, lembaga pemerintah dan organisasi non-pemerintah.
6. Meningkatkan dan menjaga citra wirausahawan wanita berdasarkan kepribadian dan budaya Indonesia.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *entrepreneur* (wirausaha) adalah orang-orang yang berbakat dalam mengidentifikasi produk baru, merancang metode produksi dan menyusun pengadaan produk baru, manajemen modal kerja, dan pemasarannya. Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneuship* yang berasal dari kata *entrepreneur* menurut Dharmawati, (2016) artinya suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Joewono (2013) mengatakan bahwa wirausaha yang berhasil tidak bergantung pada bantuan atau perlindungan pemerintah, namun harus memiliki kemauan dan kemampuan untuk bersaing di pasar global. Berdasarkan definisi yang ada, maka disimpulkan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kemampuan membuat ide, atau produk yang dapat bersifat inovatif untuk menghasilkan nilai yang lebih tinggi sehingga nantinya dapat digunakan dan ditukar dengan nilai uang.

Para pelaku wirausaha juga berkaitan dengan UMKM yang dimana adalah salah satu bagian dari perekonomian negara maupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Berdasarkan data statistik yang menyatakan bahwa laju pertumbuhan UMKM memainkan peran peranting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi tersebut yaitu sebesar 60,3 persen dari produk domestik bruto (PDB). Selain itu, UMKM menyerap 77 persen dari total tenaga kerja dan 88 persen dari total lapangan kerja. Pada tahun 2018, jumlah usaha mikro, kecil dan mikro mencapai 64,2 juta unit, berikut grafik databoks:

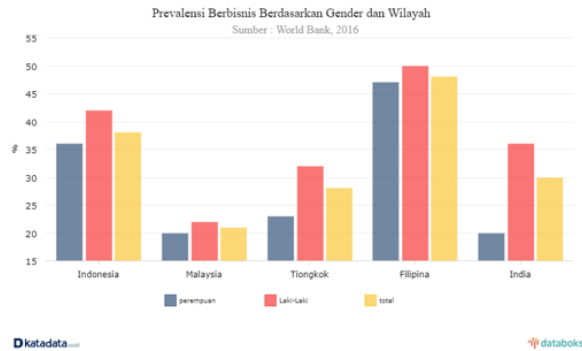


Gambar 1. 2 Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan gambar 1.2 jumlah UMKM mengalami peningkatan seiring bertumbuhnya jumlah populasi di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa porsi UMKM yang dikelola oleh perempuan sebanyak 64,5 persen dari total UMKM di Indonesia tahun 2018 atau mencapai 37 juta UMKM.

Menurut data word bank tahun 2016 wirausaha berdasarkan gender dan wilayah, maka dapat dipersentasekan menurut data *Global Entrepreneurship* monitor tahun 2014 terdapat 84 juta populasi perempuan yang merupakan pengusaha aktif (data-boks.co.id, 2018). Hal tersebut diperkuat dengan era tahun 1980-an, dimana pengusaha terutama pengusaha perempuan di Indonesia yang menggeluti UMKM terus meningkat. Meningkatnya jumlah pengusaha wanita dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya adalah tekanan ekonomi keluarga membuat wanita, terutama ibu rumah tangga untuk bekerja menambah pendapatan keluarga (Tambunan, 2009:129).



Gambar 1. 3 Prevalansi berbisnis berdasarkan gender dan wilayah

Sumber: *Word Bank*, 2016

Berdasarkan gambar 1.3 maka dapat disimpulkan bahwa sebanyak 36 persen dari total perempuan Indonesia memilih menjadi pengusaha. Dibandingkan dengan negara lain, proporsi perempuan Indonesia yang memilih menjadi pengusaha lebih tinggi dibandingkan Malaysia, China dan India. Sedangkan menurut data *Woman Entrepreneur* di Indonesia sendiri yang dicatat oleh *The Word Bank* dan Kementrian Bappenas 2016, terdapat 55 juta orang di Indonesia bergerak diusaha mikro, kecil, dan menengah.

Indonesia sendiri memiliki organisasi bernama IWAPI (Persatuan Perempuan pengusaha Indonesia), sebagai wadah bagi pengusaha perempuan Indonesia untuk belajar dan berkembang bersama, Terutama upaya dalam partisipasi mereka dalam memajukan pembangunan ekonomi negara ([www.iwapi.id](http://www.iwapi.id)). Menurut Ketua Umum IV Santhy IWAPI Kota Bandung berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan salah satu pengurus IWAPI pada tanggal 21 Desember 2020, peneliti mendapatkan informasi bahwa ada beberapa pengusaha besar yang tidak merintis dari awal. Beliau juga berkata bahwa sejak 1 tahun terakhir IWAPI Kota Bandung juga sudah jarang melakukan pertemuan rutin yang biasanya diselenggarakan di Gedung Wanita sekitar Jl Riau (R.E Martadinata). Hal tersebut membuat anggota yang aktif sedikit, hingga saat ini memiliki kurang lebih 50 orang yang terdaftar sebagai anggota. Meski begitu hingga saat ini IWAPI Kota Bandung masih kompak dalam menjalani kegiatan organisasinya untuk terus memotivasi para wirausaha.

Individu yang merupakan wanita pengusaha itu sendiri merupakan faktor penting dalam melihat suatu proses seseorang dalam menentukan keberhasilan usahanya. Seorang wirausaha yang berhasil menjalankan usaha serta mengembangkannya akan memberikan dampak positif baik untuk perekonomian keluarga maupun orang lain.

Selain wawancara penulis juga melakukan survey awal terhadap 15 responden IWAPI Kota Bandung berikut ini:

Tabel 1. 1  
Hasil Survey 50 Responden

	Ya	Tidak
Apakah anda percaya diri dengan bisnis anda?	50	0
	100%	0%
Apakah anda memiliki motivasi dalam menjalankan bisnis?	45	5
	90%	100%
Apakah anda merasa bisnis anda berhasil?	47	0
	100%	0%

Sumber: data olahan penulis, 2021

Berdasarkan survey awal pada tabel 1.1 orang responden mengatakan memiliki kepercayaan diri dengan persentase 100%, responden juga memiliki motivasi dengan persentase 90% dan keseluruhan responden mengatakan bahwa bisnis yang mereka berhasil dengan persentase 100%. Responden mengatakan bahwa keberhasilan wirausaha dalam bisnis dipengaruhi oleh percaya diri individu tersebut.

Menurut Suparyanto (2012:24) karakteristik kewirausahaan dimiliki oleh seseorang sebagai bakat bawaan lahir. Karakteristik juga dapat dibentuk melalui proses pendidikan dan pengalaman, tidak hanya itu faktor dari keadaan ekonomi membuat karakteristik berkembang seiring dengan berjalannya usaha. Hal ini dapat kita lihat dari usaha *fashion* Eros dan Ella *handycraft* dimana karakteristik wirausaha berkembang karena mereka menjadikan usaha sebagai prioritas dalam membantu kondisi perekonomian keluarga. Dimana menurut mereka keluargalah yang menjadi motivasi untuk terus mengembangkan usaha.

Dari hasil wawancara yang dilakukan bahwa peneliti menemukan fenomena yang terjadi yaitu bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam terkait karakteristik kewirausahaan yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha.

Pada umumnya karakteristik sering terlibat dalam diri manusia untuk terus berkembang. Menurut R. Ardyar (2015) bahwa pengaruh karakteristik kewirausahaan

terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Bandung yaitu dipengaruhi oleh karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan wirausaha. Namun menurut Andi Wijayanti (2011) bahwa pengaruh karakteristik terhadap keberhasilan usaha yaitu ditunjukkan dengan adanya tren penjualan yang stabil dan sedikit meningkat. Menurut Katerina sarri dkk (2005) bahwa pengusaha perempuan yang berana di Yunani termotivasi untuk menjadi pengusaha dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan pemenuhan diri.

Menurut Elizabeth Chinomona dkk (2015) mengatakan “bahwa adanya penghalang atau hambatan bagi wirausaha perempuan seperti kurangnya pendidikan dan pelatihan, diskriminasi gender, sikap negatif, dan sumber yang tidak memadai”. Sedangkan menurut Md. Aminul Islam dkk (2011) terkait *effect of entrepreneurship and firm characteristic on the business success of small and medium enterprises (SMEs) in Bangladesh* juga menyatakan “bahwa karakteristik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis ukm di Bangladesh”. Namun menurut Shamsul Hana Abd Rani dkk (2017) mengatakan “benar adanya faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengusaha perempuan. Faktor-faktor tersebut diantaranya sumber daya manusia, jejaring, bantuan keuangan, dan peluang”. Tidak hanya di Malaysia keberhasilan wirausaha menurut Namrata Chatterjee dkk (2018) mengatakan “adanya empat wilayah di India yang memiliki dampak positif yang kuat terhadap keberhasilan wirausaha dipengaruhi oleh sifat keluarga, dukungan, dan religius”.

Menurut Novela (2018) menjelaskan “bahwa benar karakteristik kewirausahaan mempengaruhi keberhasilan wirausaha diantaranya kepercayaan diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan risiko, kepemimpinan, orisinalitas, dan berorientasi pada masa depan. Karakteristik kewirausahaan tersebut telah diujikan terhadap keberhasilan pengusaha sentra kaos yang terdapat di Bandung”. Dari hasil penelitian terkait pengusaha untuk mendorong keberhasilan usaha membuat penulis berkeinginan meneliti lebih lanjut hal tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti akan mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Wirausaha (Studi pada Pengusaha Perempuan di IWAPI Kota Bandung”.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, identifikasi masalah yang akan dibahas antara lain:

1. Bagaimana karakteristik kewirausaha pada IWAPI Kota Bandung?
2. Bagaimana kesuksesan wirausaha pada IWAPI Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh karakteristik kewirausaha terhadap keberhasilan wirausaha perempuan pada IWAPI Kota Bandung?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang didapatkan tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui karakteristik kewirausahaan pada IWAPI Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui keberhasilan wirausaha IWAPI Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausaha terhadap keberhasilan wirausaha IWAPI Kota Bandung.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan terhadap para pengusaha perempuan serta penerapannya dalam bidang kewirausahaan atau *entrepreneurship*. Hasil dari penelitian ini diharapkan juga dapat membantu dan berguna sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan karakteristik kewirausahaan dan keberhasilan wirausaha perempuan.

Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan bahan masukan untuk para wirausaha termasuk mahasiswa Telkom University yang nantinya dapat memperbaiki kesalahan yang mungkin terjadi ketika proses menjalankan wirausaha mereka terutama para wirausaha perempuan.

- b. Kegunaan Praktis



Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan bahan masukan bagi para wirausaha khususnya perempuan termasuk mahasiswa Telkom University, untuk menjadikan karakteristik berwirausaha dalam keberhasilan wirausaha. Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya.

## **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2020 hingga selesainya proses penelitian ini pada Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri atas 5 bab yang mengacu pada buku panduan skripsi/tugas akhir:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang isi penelitian yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini memuat hasil kajian kepustakaan terkait tentang topik pembahasan dan variabel penelitian untuk dijadikan sebagai penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis, meliputi teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan variabel operasional, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan secara sistematis tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil pengolahan data.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan hasil penelitian, saran bagi universitas, saran bagi objek penelitian, dan saran untuk peneliti selanjutnya.