

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI WANITA BERWIRAUSAHA
MELALUI BISNIS ONLINE
(Studi Pada Mahasiswi Sekolah Bisnis di Bandung)**

**FACTOR ANALYSIS THAT MOTIVATING WOMEN ENTREPRENEUR
THROUGH ONLINE BUSINESS
(Study of Business School Students in Bandung)**

Tria Yulius Safitri ¹⁾ Jurry Hatammimi ²⁾

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom

¹⁾ triyulius@students.telkomuniversity.ac.id ²⁾ jurryhatammimi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Banyak wanita memegang peranan penting di dunia bisnis, khususnya dibidang kewirausahaan. Perkembangan wirausaha yang dikelola wanita kini mampu memperluas lapangan dan kesempatan kerja baru serta menopang perekonomian negara. Kebutuhan wanita akan informasi dan pengembangan diri semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi telekomunikasi seperti melalui internet. Dengan perkembangan internet tersebut, menjadikan banyaknya pengguna internet memanfaatkan kesempatan ini sebagai peluang bisnis yang menguntungkan seperti bisnis online. Wanita tercatat sebagai kalangan yang paling banyak memanfaatkan bisnis online ini khususnya di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang memotivasi wanita berwirausaha melalui bisnis online. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Telkom dan Sekolah Bisnis dan Manajemen (SBM) Institut Teknologi Bandung yang memiliki bisnis online. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling kepada 100 mahasiswi yang memiliki bisnis online. Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor untuk mencari faktor-faktor yang memotivasi wanita berwirausaha melalui bisnis online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh faktor yang terbentuk dalam memotivasi wanita berwirausaha melalui bisnis online khususnya pada mahasiswi sekolah bisnis di Bandung adalah faktor keluarga, faktor pengalaman dan fasilitas, faktor penghargaan dan peluang, faktor keinginan pribadi, faktor aktualisasi diri, faktor potensi diri, dan faktor pengangguran

Kata Kunci: Analisis Faktor, Motivasi, Wanita Wirausaha, Bisnis Online

Abstract

There's a lot women had an important role in business world, especially in entrepreneurship. Entrepreneurial development that managed by women could expand new work spaces and contribute to country's economical issues. Women's needs of information and self actualization increase alongside with the development of telecommunication technology such as internet. With that emerging technology issue, many users capitalize this as a chance to create a business opportunity such as online business. Women recorded as an entity that capitalize online business, especially college students.

This research is aimed to find out the factors that motivate women entrepreneurship through online business. Population of this research are the students of Telkom Economics and Business School (Telkom University) and School of Business and Management (Institut Teknologi Bandung) which already had an online business. This research classified as a quantitative research. Data gathering would be provide by distribute some questionnaires, using nonprobability sampling method with purposive sampling technique, to 100 women students that already had online business. This research using factor analysis technique to find out what are the factors that motivate women entrepreneurship through online business. The result shows that there's seven factors that motivate women entrepreneurship through online business: (1)family; (2)experience and facility; (3)reward and opportunity; (4)personal wants; (5)self actualization; (6)individual potential; (7)unemployment.

Key Words: Factor Analysis, Motivation, Women Entrepreneurship, Online Business.

1. PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran terbuka di Indonesia menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Agustus 2013 naik menjadi 6,25% atau 7,39 juta orang, dari kondisi bulan Februari 2013 sebesar 5,92% atau 7,11 juta orang. Peningkatan ini dikarenakan gejala pertumbuhan ekonomi pada pertengahan tahun. Hal itu yang menyebabkan penyerapan ketenagakerjaan menjadi kurang [1]. Untuk mengurangi jumlah pengangguran dan berdampak pada perekonomian dapat melalui cara yaitu dengan kewirausahaan yang memiliki peranan penting dalam segala dimensi kehidupan. Selain itu, dalam mengatasi pengangguran, UMKM juga dinilai mengambil peran sebagai solusi pengurangan pengangguran, sehingga jumlah pelaku UMKM harus dapat ditingkatkan.

Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Linda Amalia Sari Gumelar, mengatakan pada saat ini usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) banyak didominasi oleh kaum wanita baik sebagai pemilik maupun pekerja, dimana Indonesia memiliki lebih dari 55,2 juta UKM dan mayoritas adalah industri rumahan dengan kontributor utamanya adalah wanita [2]. Saat ini banyak wanita yang memainkan peran penting di dunia bisnis baik sebagai pimpinan di tempat dia bekerja atau menjadi pemilik di perusahaan yang dibangunnya sendiri. Berawal dari sekedar mengaktualisasikan diri, bekerja dan mandiri secara finansial ternyata sangat dinikmati oleh kaum wanita. Kebutuhan wanita untuk memperoleh informasi dan pengembangan diri semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi telekomunikasi termasuk diantaranya melalui internet

Meningkatnya perkembangan Internet menjadikan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan hingga 22% dari 62 juta di tahun 2012 menjadi 74,57 juta di tahun 2013 [3]. Selain itu, pengaruh dari perkembangan internet juga menjadikan bisnis belanja *online* mempunyai prospek yang cerah di Indonesia [4]. Wanita tercatat sebagai kalangan yang paling banyak menggunakan kesempatan ini. Disisi lain, jumlah pengguna internet didominasi oleh anak muda. Sekitar 40% penggunanya berusia antara 18-23 tahun dan 35% lainnya berusia antara 25-35 tahun. Sehingga menjadikan banyak munculnya pelaku bisnis *online* merupakan dari kalangan mahasiswa.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang memotivasi wanita berwirausaha melalui bisnis *online*. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui variabel yang paling dominan pada masing-masing faktor yang memotivasi wanita berwirausaha melalui bisnis *online* teknik analisis faktor.

2. DASAR TEORI DAN METODOLOGI

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Wirausaha

Seorang wirausahawan (entrepreneur) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa di kapitalisasikan [5].

Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Setiap pikiran dan langkah wirausahawan adalah bisnis. Bahkan, mimpi seorang pebisnis sudah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnis-bisnis baru [6].

2.1.2 Wanita Wirausaha

Wanita wirausaha dapat didefinisikan sebagai wanita atau sekelompok wanita yang memulai, mengatur dan mengoperasikan perusahaan bisnis [7]. Banyak wanita yang terjun kedalam bidang bisnis. Alasan mereka menekuni bidang bisnis ini didorong oleh faktor-faktor antara lain, ingin memperlihatkan kemampuan prestasinya, membantu ekonomi rumah tangga, frustrasi terhadap pekerjaan sebelumnya dan sebagainya [8].

Dua kriteria wanita wirausaha yaitu berdasarkan pada keterikatan pada cita-cita kewirausahaan dan peran gender secara konvensional. Empat tipe wirausaha diidentifikasi berdasarkan kriteria wanita wirausaha, yaitu [9]:

- Semuanya berkompeten pada mimpi kewirausahaan dan berfikir konvensional tentang peran gender. Mereka cenderung terlibat dalam sebuah aktivitas yang biasa disebut sebagai “pekerja wanita” yang terpaksa untuk berbisnis karena kebutuhan ekonomi.
- Wirausaha lokal menunjukkan sedikit minat pada cita-cita kewirausahaan dengan berpegangan pada opini konvensional tentang peran *gender*. Mereka terlibat dalam aktivitas yang biasanya disebut dengan “pekerja wanita” yang bertujuan untuk mencari pengakuan diri dan ekspresi personal.
- Inovator adalah wanita profesional yang berpegang teguh pada cita – cita kewirausahaan dalam pencapaian diri melalui kesuksesan dalam berbisnis. Wanita ini tidak setuju dengan peran gender konvensional. Banyak dari wanita ini yang sebelumnya menerima rintangan dalam karirnya di organisasi besar dan bertekad untuk mengatasi rintangan melalui kepemilikan bisnis.

- d. Wirausaha radikal tidak berpegang secara teguh dalam cita-cita kewirausahaan atau percaya pada peran *gender* konvensional. Wanita ini secara umum menyatakan dirinya sebagai bagian dari pergerakan kewanitaan dan mereka berbisnis untuk meningkatkan derajat wanita di masyarakat.

2.1.3 Motivasi

Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Sikap dan motivasi memiliki hubungan yang timbal balik dan akan menunjukkan kebutuhan dalam motivasi untuk memenuhi kebutuhan karakter yang harus dimiliki seorang wirausaha yaitu: pekerja keras (*hard worker*), tidak pernah menyerah (*never surrender*), memiliki semangat (*spirit*), memiliki komitmen (*committed*) yang tinggi [10].

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls. Motivasi seseorang tergantung kepada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan yang sangat besarlah yang akan menentukan perilaku seseorang. Kekuatan motif ini dapat berubah karena terpenuhinya kebutuhan, bila kebutuhan telah terpenuhi maka motif akan berkurang, dan beralih kepada kebutuhan lain dan seterusnya. Serta, karena adanya hambatan, maka orang mencoba mengalihkan motifnya ke arah lain [11].

2.1.4 18 Atribut yang Memotivasi Wanita Berwirausaha

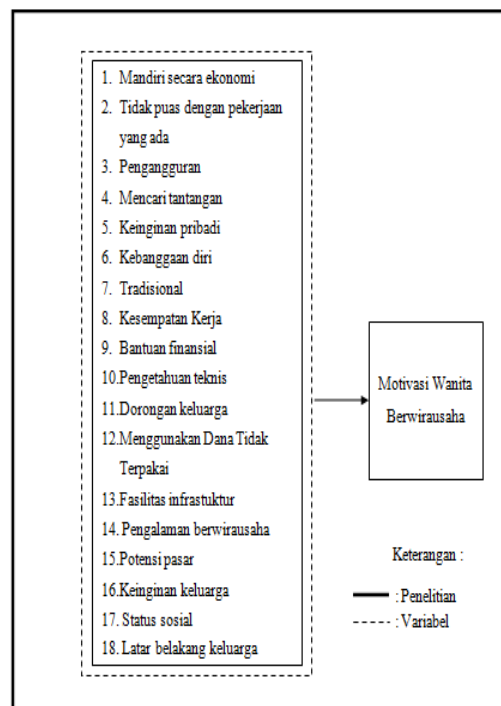
Berdasarkan Penelitian Jesurajan dan Gnanadhas (2011) yang memotivasi wanita dalam berwirausaha adalah sebagai berikut [12]:

1. Mandiri Secara Ekonomi (*Economic Independence*)
Seseorang dikatakan mandiri apabila dapat melakukan keinginan dengan baik tanpa adanya kebergantungan pada pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencukupi kebutuhan hidupnya
2. Tidak Puas Dengan Pekerjaan yang Ada (*Dissatisfaction with the Existing Job*)
Seseorang tidak puas dengan pekerjaan yang sekarang, tidak ada peluang untuk maju, tidak ada kemungkinan naik pangkat, atau konflik di tempat kerja, ini semua dapat memicu seseorang memulai rintisan usaha sendiri
3. Pengangguran (*Unemployment*)
Menunjukkan bahwa orang-orang yang menganggur lebih memungkinkan untuk menemukan peluang berwirausaha dibandingkan dengan orang-orang yang bekerja. Jika orang yang menganggur dan tidak mendapatkan pekerjaan, mereka cenderung untuk memulai bisnis.
4. Mencari Tantangan (*Seeking Challenge*)
Wirausaha adalah orang yang menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang
5. Keinginan Pribadi (*Self Interest*)
Modal utama seorang wirausahawan adalah kemauan yang kuat serta rasa percaya diri. Mereka mempunyai keyakinan dan kepercayaan bahwa dengan tekad dan kemauan yang tinggi akan mampu mengatasi semua permasalahan dilapangan.
6. Kebanggaan Diri (*Self Prestige*)
Status sebagai pemilik perusahaan tentunya akan memberikan kebanggaan tersendiri yang tidak dirasakan jika dia bekerja dengan orang lain sebagai karyawan.
7. Tradisional/Turun Menurun (*Traditional/Hereditary*)
Sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun, menurut tradisi (adat)
8. Kesempatan Kerja (*Employment Opportunities*)
Entrepreneur menciptakan pekerjaan dan bukan mencari pekerjaan, entrepreneur mampu menciptakan pekerjaan mulai dari untuk beberapa tenaga kerja saja sampai dengan ribuan pekerjaan
9. Bantuan Finansial (*Financial Assistance*)
Dalam memasuki arena bisnis atau memulai usaha baru, mencari sumber dana dan fasilitas, baik barang, uang maupun orang/pemodal. Sumber dana tersebut adalah berasal dari badan-badan keuangan seperti bank dalam bentuk kredit atau orang yang bersedia menjadi penyanggah dana
10. Pengetahuan Teknis (*Technical Knowledge*)
Memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih
11. Dorongan Keluarga (*Encouragement From Family Members*)
Keluarga sangat berperan penting dalam menumbuhkan serta mempercepat seseorang untuk mengambil keputusan berkarier sebagai entrepreneur, karena orang tua berfungsi sebagai konsultan pribadi, coach, dan mentornya
12. Penggunaan Dana Tidak Terpakai (*Use of Idle Funds*)

Salah satu faktor yang memotivasi seseorang dalam berwirausaha merupakan faktor fasilitas. Dimana salah satunya terdapat ketersediaan dana menganggur (dana yang tidak terpakai) pada persediaan finansial (tabungan) wirausaha

13. Fasilitas Infrastruktur (*Infrastructural Facilities*)
Infrastruktur yang memadai mengacu adanya pasar, transportasi, fasilitas dan lain-lain yang harus tersedia dalam mengembangkan kewirausahaan.
14. Pengalaman Kewirausahaan (*Entrepreneurial Experience*)
Pendidikan formal dan pengalaman bisnis kecil-kecilan yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadi potensi utama untuk menjadi wirausaha yang berhasil
15. Potensi Pasar (*Market Potentials*)
Peluang pasar sekecil apa pun harus diidentifikasi dengan baik, sehingga dapat mengambil peluang pasar tersebut dengan baik
16. Keinginan Keluarga (*Family Members Interest*)
Seseorang memulai usaha karena keluarga mereka sudah memiliki usaha sebelumnya. Orang tua atau saudara tersebut menganjurkan keluarga lainnya untuk membuka usaha sendiri atau meneruskan usaha.
17. Status Sosial (*Social Status*)
Alasan sosial seseorang berwirausaha adalah untuk memperoleh gengsi atau status, agar dapat dikenal dan dihormati, menjadi contoh bagi orang agar dapat ditiru orang lain, dan agar dapat bertemu orang banyak.
18. Latar Belakang keluarga (*Family Background*)
Jika ada anggota keluarga, terutama yang berada dalam garis langsung keturunan keluarga, seperti kakek, nenek, ayah atau ibu yang menjadi entrepreneur maka seseorang cenderung akan meniru pola pikir, cara kerja, dan sikap entrepreneur dari keluarganya

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disampaikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah terbentuknya tujuh faktor yang akan memotivasi wanita berwirausaha melalui bisnis *online*.

2.3 Metodologi Penelitian

2.3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. 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.

2.3.2 Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi program sarjana dari Fakultas Bisnis dan Ekonomi (FEB) Universitas Telkom dan Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (SBM ITB) yang memiliki bisnis *online*. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti yaitu mahasiswi yang memiliki bisnis *online* dari masing-masing universitas. Maka untuk penentuan proporsi jumlah sample bila populasi tidak diketahui menggunakan pendekatan Issac & Michael [13], seperti berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian (α) = 5 % dengan tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai $Z=1,96$. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sementara itu, probabilitas benar atau salah masing-masing adalah 0,5. Sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 100 responden.

2.3.3 Sumber dan Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang terpilih. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (*questionnaire*). Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk kuesioner *online* yang disebarakan menggunakan bantuan google.docs.

2.3.4 Teknik Analisis Data

2.3.4.1 Analisis Deskriptif

Deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel tersebut diambil [14].

2.3.4.2 Analisis Faktor

Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor dengan pendekatan *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal [15].

3. PEMBAHASAN

3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini akan menjelaskan gambaran dari tanggapan responden. Sampel pada penelitian ini merupakan mahasiswi mahasiswi program sarjana dari Fakultas Bisnis dan Ekonomi (FEB) Universitas Telkom dan Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (SBM ITB) yang memiliki bisnis *online* dengan jumlah responden yaitu 100.

Tabel 1 Tanggapan Responden Mengenai Atribut yang Memotivasi Wanita Berwirausaha

Atribut	Pernyataan	Jumlah
1. Mandiri Secara Ekonomi	Q1	81,25%
2. Tidak Puas dengan Pekerjaan	Q2	63,25%
3. Tidak Memiliki Pekerjaan	Q3	61,75%
4. Mencari Tantangan	Q4	78%
5. Keinginan Pribadi	Q5	86,75%
	Q6	88%
6. Kebanggaan Diri	Q7	73,50%
	Q8	91,25%
7. Tradisional	Q9	63,75%
8. Kesempatan Kerja	Q10	71,25%
9. Bantuan Finansial	Q11	69%
10. Pengetahuan Teknik	Q12	83%

	Q13		
11. Dorongan Keluarga	Q14		67,25%
	Q15		66,25%
12. Penggunaan Dana Tidak Terpakai	Q16		68%
13. Fasilitas Infrastruktur	Q17		74%
14. Pengalaman Kewirausahaan	Q18		68,75%
	Q19		79,75%
15. Potensi Pasar	Q20		83,50%
16. Keinginan Keluarga	Q21		62,75%
	Q22		48%
17. Status Sosial	Q23		74,25%
18. Latar Belakang Keluarga	Q24		52,75%

Berdasarkan Tabel 1 menggambarkan tanggapan responden mengenai 18 atribut yang memotivasi wanita berwirausaha. Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa pernyataan 8 mendapatkan persentase skor total tertinggi yaitu sebesar 91,25% sedangkan pernyataan 22 mendapatkan persentase skor total terendah yaitu sebesar 48%.

3.2 Analisis Faktor

Hasil analisis faktor pada penelitian ini didapatkan tujuh faktor dalam memotivasi wanita berwirausaha melalui bisnis *online*. Penamaan pada masing-masing faktor yang terbentuk berdasarkan pada variabel yang memiliki nilai *factor loading* paling besar yang terdapat pada masing-masing faktor. Berikut merupakan variabel yang memiliki *factor loading* paling besar di setiap faktornya :

Tabel 2 Variabel dengan *Loading Factor* Terbesar Pada Masing-Masing Faktor

Faktor	Variabel	<i>Loading Factor</i>
1. Faktor Keluarga	Saya berwirausaha karena latar belakang keluarga saya adalah wirausaha	0,863
2. Faktor pengalaman dan Fasilitas	Saya berwirausaha karena telah memiliki pengalaman dibidang kewirausahaan sebelumnya	0,713
3. Faktor Penghargaan dan Peluang	Melalui berwirausaha, saya lebih dihargai oleh orang lain.	0,789
4. Faktor Keinginan Pribadi	Saya berwirausaha bisnis <i>online</i> sesuai dengan keinginan saya	0,717
5. Faktor Aktualisasi Diri	Saya berwirausaha karena tidak puas dengan pekerjaan saat ini	0,685
6. Faktor Potensi Diri	Saya berwirausaha untuk mengetahui sebaik apa saya dalam bekerja	0,757
7. Faktor Pengangguran	Saya berwirausaha karena tidak memiliki pekerjaan.	0,836

Berdasarkan tabel 2, tujuh faktor yang telah terbentuk yaitu: 1. Faktor keluarga, 2. Faktor pengalaman dan fasilitas, 3. Faktor penghargaan dan peluang, 4. Keinginan pribadi, 5. Aktualisasi diri, 6. Potensi diri, 7. Pengangguran.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Sesuai dengan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dibawah ini kesimpulan yang dibuat:

1. Berdasarkan hasil dari analisis faktor pada penelitian ini didapatkan tujuh faktor yang memotivasi wanita berwirausaha melalui bisnis online. Ketujuh faktor tersebut yaitu, Faktor Keluarga (*Family Factor*), Faktor Pengalaman dan Fasilitas (*Experience and Facility Factor*), Faktor Penghargaan dan Peluang (*Reward and Opportunity Factor*), Faktor Keinginan Pribadi (*Personal Wants Factor*), Faktor Aktualisasi Diri (*Self Actualization Factor*), Faktor Potensi diri (*Individual Potential Factor*), Faktor Pengangguran (*Unemployment Factor*).
2. Variabel yang paling dominan pada masing-masing faktor, yaitu:
 - a. “saya berwirausaha karena latar belakang keluarga saya adalah wirausaha” pada faktor keluarga,
 - b. “saya berwirausaha karena telah memiliki pengalaman dibidang kewirausahaan sebelumnya” pada faktor pengalaman dan fasilitas,
 - c. “melalui berwirausaha, saya lebih dihargai oleh orang lain” pada faktor penghargaan dan peluang,
 - d. “saya berwirausaha bisnis online sesuai dengan keinginan saya” pada faktor keinginan pribadi
 - e. “saya berwirausaha karena tidak puas dengan pekerjaan saat ini” pada faktor aktualisasi diri,
 - f. “saya berwirausaha untuk mengetahui sebaik apa saya dalam bekerja” pada faktor potensi diri,
 - g. “saya berwirausaha karena tidak memiliki pekerjaan” pada faktor pengangguran

4.2 Saran

1. Pada faktor keluarga dapat memberikan dorongan ataupun membantu dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Oleh karena itu, mahasiswi dapat meningkatkan peran keluarganya dengan cara bertukar pikiran kepada orang tua atau kerabat terdekat untuk memperoleh masukan atau saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan usaha.
2. Pada faktor pengalaman dan fasilitas menunjukkan bahwa pengalaman dibidang kewirausahaan, memiliki pendidikan kewirausahaan dan adanya fasilitas yang memadai mendorong mahasiswi berwirausaha. oleh karena itu, pihak universitas dapat meningkatkan parktik lapangan berwirausaha kepada mahasiswa dengan cara membuka usaha di kampus. Sehingga mahasiswa yang telah mendapatkan ilmu kewirausahaan dapat lebih menerapkan ilmu yang mereka terima selama di kampus.
3. Pada faktor penghargaan dan peluang, pihak universitas dapat membuat sebuah situs wirausaha kampus guna memberi kesempatan kepada mahasiswa yang ingin membuka usaha melalui situs tersebut. Contohnya seperti Kaskus. Selain itu, pada penghargaan dapat diberikan berupa pemberian modal kepada mahasiswa yang memiliki penjualan terbaik.
4. Dalam faktor keinginan pribadi menunjukkan adanya kemauan, keyakinan dan rasa percaya diri untuk berhasil. Oleh karena itu, untuk mendorong keinginan seorang mahasiswa. Pihak universitas dapat memberdayakan tenaga pengajar yang memiliki keahlian dan pengalaman dalam berwirausaha. Sehingga dalam hal ini keinginan mahasiswa berwirausaha dapat muncul karena terinspirasi oleh tenaga pengajar tersebut. Selain itu untuk meningkatkan rasa percaya diri pada mahasiswa, dapat dengan cara seperti ikut berpartisipasi dalam sebuah organisasi kampus.
5. Penekanan pada faktor aktulisasi diri dapat dilakukan dengan mendorong mahasiswa untuk mengikuti sebuah komunitas-komunitas yang berkaitan dengan kewirausahaan. Misalnya dapat ikut serta di HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia). Sehingga mahasiswa dapat menambah wawasan lebih dalam atau saling bertukar pengalaman mengenai kewirausahaan.
6. Pada pengembangan potensi diri pada mahasiswa dapat didukung dengan cara mengikuti seminar mengenai kewirausahaan atau sebuah pelatihan berupa peningkatan kompetensi berwirausaha untuk lebih memudahkan dalam menjalankan usaha yang nantinya diharapkan mampu meningkatkan kesuksesan.
7. Pada latar belakang keluarga dan desakan keluarga, walaupun sebagian besar latar belakang keluarga dari responden bukan berasal dari kalangan wirausaha. Keluarga diharapkan dapat memberikan perhatian dan dorongan kepada respoden dalam menumbuh kembangkan minat dan motivasinya terhadap usaha yang sedang dijalankan. Sehingga dalam hal ini, keluarga tetap memiliki peranan yang penting dan responden tetap termotivasi. Selain itu, keluarga juga perlu memberikan kesempatan kepada responden untuk memilih usaha yang diinginkannya dengan tetap memonitor responden itu

sendiri. Sehingga responden dapat lebih membuka diri untuk meningkatkan motivasi dengan mengoptimalkan potensi, minat dan kemampuan yang ada dalam dirinya.

8. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu menjangkau responden yang lebih banyak, tidak hanya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom (FEB UT) dan Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (SBM ITB) saja akan tetapi mahasiswa di sekolah bisnis lainnya juga. Selain itu, penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel yang tidak hanya terbatas kepada pengusaha wanita tetapi juga kepada pengusaha pria. Sehingga hasil yang telah didapat antara pria dan wanita dapat dibuat perbandingannya.

Daftar Pustaka:

- [1] Ihsan. (2013). *Angka Pengangguran Meningkat Jadi 7,39 juta Orang*, [Online]. Available at: <http://wartaekonomi.co.id/berita19202/angka-pengangguran-meningkat-jadi-739-juta-orang.html>. [Accessed 30 January 2014]
- [2] Zuraya, Nidia.(2013). *Menteri: Pelaku UKM Banyak Didominasi Kaum Perempuan*, [Online]. <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/mikro/13/08/22/mrwzjx-menteri-pelaku-ukm-banyak-didominasi-kaum-perempuan>. [5 April 2014]
- [3] Marketeers. (2013). Pengguna Internet Indonesia 74 Juta di Tahun 2013, [Online]. <http://www.the-marketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html>. [16 Desember 2013]
- [4] Akhir, Dani Jumadil. (2013). 2013, *Potensi Bisnis Online Ditaksir Capai Rp5 T*, [Online]. Available at: <http://economy.okezone.com/read/2013/07/04/320/832034/2013-potensi-bisnis-online-ditaksir-capai-rp5-t>. [Accessed 1 Februari 2014]
- [5] Zimmerer, Thomas W & Norman M. Scarborough. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil) Ed 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Kasmir. (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [7] Goyal, Meenu & Jai Parkash. (2011). *Women Entrepreneurship in India-Problems and Prospects*. International Journal of Multidisciplinary Research, Vol. 1 Issue 5
- [8] Alma, Buchari. (2011). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- [9] McKay, Ruth. (2001). *Women Entrepreneurs : Moving Beyond Family and Flexibility*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol.7 No.4, 148-165.
- [10] Endang,Wi (2012). *Analisis Faktor-Faktor Motivasi Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Pengusaha UKM*. Jurnal Profit, Vol.6 No.1. 63-69
- [11] Alma, Buchari. (2011). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- [12] Jesurajan, S. Vargheese Antony & M.Edwin Gnanadhas. (2011). *A Study On The Factors Motivating Women To Become Entrepreneurs in Tirunelveli District*. Asian Journal of Business and Economics, Vol. 1 No. 1, 1-14.
- [13] Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- [14] Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Santoso, Singgih.(2010). *Statistik Multivariat : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo