

**ANALISIS PERSEPSI KARYAWAN TENTANG KARAKTERISTIK FEMALE  
ENTREPRENEUR SERTA HUBUNGANNYA TERHADAP KESUKSESAN USAHA  
BAKERY DI BANDUNG**

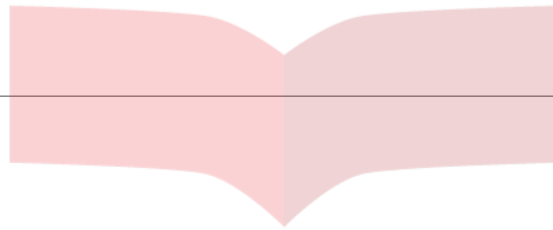
Wetty Utaminingsih<sup>1</sup>, Prodi Mbt<sup>2</sup>

Universitas Telkom

---

Abstrak

---



**Telkom**  
University

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi

#### 1.1.1 *INA COOKIES*

*Ina Cookies* merupakan *brand* (merek dagang) dari sebuah perusahaan kue kering yang berdiri sejak tahun 1997. *Ina Cookies* yang berlokasi di Jalan Bojongkoneng atas no.8 ini pada awalnya pemilik *Ina Cookies* hanya dibantu oleh seorang pembantu rumah tangga, namun seiring perkembangannya pada saat ini *Ina Cookies* telah memiliki sekitar 500 karyawan. Kue kering *Ina cookies* ini ditujukan utamanya untuk kebutuhan hari raya khususnya hari raya lebaran atau Idul fitri. Pada awalnya kue kering *Ina Cookies* hanya memiliki beberapa jenis produk kue kering klasik, seperti *kastengels*, *nastar*, dll. Namun seiring perkembangan usahanya *Ina Cookies* pada saat ini telah menyediakan 114 jenis produk, contohnya *cheese kres*, *black lady*, *green tea almond*, *cornflakes cherry*, *putri indonesia*, *putri kalem*, *putri lucu*, *putri malu*, *choco mede*, *choco pops*, dll.

*Ina cookies* memproduksi sekitar 200 toples per harinya, dengan 10 jenis produk yang berbeda per hari. *Ina Cookies* telah menjual produknya ke seluruh Indonesia melalui beberapa agen, serta beberapa negara lain seperti Malaysia, Jeddah, dan Brunei Darussalam. Akan tetapi untuk penjualan ke luar negeri belum dilakukan secara kontinyu dikarenakan standar dari berbagai negara yang berbeda-beda. Berikut ini adalah tabel data penjualan perusahaan dari tahun 2007-2009 yang dapat dilihat pada halaman selanjutnya:

Tabel 1.1

Data Penjualan Ina Cookies Tahun 2007-2009

Tahun	Penjualan (Rp)
2007	Rp. 7.560.000.000,-
2008	Rp. 10.260.000.000,-
2009	Rp. 13.200.000.000,-

(sumber: data internal perusahaan)

Selain bisnis kue kering, pemilik *Ina Cookies* membuka usaha baru yaitu *Inara Pastry* yang menyediakan panganan berupa *pastry* dan *De'Tuik* yang merupakan *cafe* di perbukitan dengan sajian makanan khas tradisional dan menyediakan beberapa fasilitas seperti *Flying Fox*, *Mini Golf*, *Kolam Pancing*, *ATV Adventure*, dan sarana *Children Playground*.

### 1.1.2 PRIMARASA BAKERY

*Primarasa bakery* merupakan bisnis yang menjual berbagai macam kue dan roti yang didirikan pada tahun 1993. Pada awal pendirian usaha ini, pemilik *Primarasa Bakery* membuka toko pertamanya pada Jalan Kemuning No.20 Bandung. Saat ini *Primarasa Bakery* telah memiliki sekitar 200 karyawan dan sampai saat ini memiliki 200 resep yang diproduksi setiap harinya, seperti *brownies panggang*, *kue soes*, macam-macam *kue bolen*, *picnic role*, aneka *kue lapis*, dll. Penjualan *Primarasa Bakery* selama beberapa tahun terakhir mengalami kenaikan yang pesat. Total penjualan *Primarasa Bakery* sejak awal 2007 hingga akhir tahun 2009 mengalami kenaikan sebesar kurang lebih 100% (Sumber: Data internal Perusahaan).

Produk-produk *Primarasa Bakery* dijual melalui toko-toko yang 5 (lima) gerai/toko yang ada hanya di Kota Bandung, yaitu:

1. Jalan Kemuning No.20
2. Jalan Pasir Kaliki No.163
3. Jalan Buah Batu No.169
4. Jalan Peta No.63
5. Jalan Purwakarta No.95

### 1.1.3 MAYASARI BAKERY

*Mayasari Bakery* adalah bisnis yang menjual kue yang berdiri pada tahun 1998. Contoh produk *Mayasari Bakery* antara lain: macam-macam kue bolen, layer cakes, cheese roll, aneka kue kering dan bolu, dll. *Mayasari Bakery* menjual produk-produknya melalui beberapa toko/outlet yang tersebar di Kota Bandung dan sekitarnya serta di luar kota. Berikut ini adalah alamat-alamat dari toko/outlet yang dimiliki *Mayasari Bakery*:

1. Bandung:
  - a. Jalan Kebon Kawung No.22 B & C
  - b. Jalan Sukamukti No. 10
  - c. Jl. Cihampelas No. 110
  - d. BTC, Jl. Dr. Djunjunan No. 143 – 149, LGF A-4 No. 7
  - e. Jl. Kebon Kawung ( Stasiun Kereta Sebelah Utara )
  - f. Jl. Surya Sumantri No. 63 B
  - g. Bandara Husein, Jl. Pajajaran
  - h. Jl. Sumber Hegar Raya No.14
  - i. Jl. Abdul Rahman Saleh
  - j. Jl. Leuwipanjang No.138
  - k. Jl. Pungkur No.216C
  - l. Jl. Taman Cibaduyut Indah Ruko R 2
  - m. Jl. Raya No.545 Cimahi

2. Jakarta:
  - a. Hayam Wuruk Plaza Lt.II Blok B No.29
  - b. Rezeki Supermarket Jl. Hayam Wuruk
  - c. Jakarta Fruit Market Pluit
  - d. ITC Mangga Dua Lt.II Blok A 28
  - e. Jakarta Fruit Market Gajah Mada
  - f. Indo Grosir Bandengan
  - g. Ruko Citra 2 ext. Blok BD I No.10 Kamal Kali Deres, Jakarta Barat
3. Bekasi: Ruko Jati Bening Blok.E-VI No.6
4. Medan: Jalan Murai VI No.48 (Komplek Tomang Elok)
5. Batam: Ruko Palm Spring Blok B3 No.6

Penjualan *Mayasari Bakery* selama beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang pesat dapat dilihat dari cabang-cabang yang telah banyak dibuka di Bandung dan sekitarnya serta beberapa di luar kota. Baru-baru ini Mayasari membuka cabang baru di Jalan Pasteur Bandung. Total penjualannya sejak Tahun 2007 sampai saat ini mengalami kenaikan hampir 100% untuk di daerah Bandung. (Sumber: Data internal Perusahaan)

### 1.2 Latar Belakang Masalah

Bandung dikenal sebagai kota wisata dan kuliner, ternyata status itu membawa dampak positif bagi industri yang ada, terutama industri makanan, dan segala macam aneka jajanan yang ada. Produk jajanan roti dan kue merupakan produk jajanan yang memang dicari para wisatawan ketika bertandang ke kota Bandung. Sebagai perusahaan yang telah lama berdiri, *Ina Cookies* yang dikenal dengan produk kue keringnya, *Primarasa Bakery* sebagai perusahaan yang dikenal dengan

*browniesnya*, dan *Mayasari Bakery* yang dikenal dengan produk *kue soes* dan *bolennya*, dan harus bersaing dengan para pesaing yang tidak kalah hebatnya.

*Ina Cookies*, *Primarasa Bakery*, dan *Mayasari Bakery* adalah usaha yang dimiliki oleh wanita. Sudah banyak contoh wanita yang menjadi *entrepreneur* sukses, seperti Oprah Winfrey, Anita Roddick, Debbi Field, dll. Di Indonesia sendiri, perkembangan wirausaha wanita sudah sangat pesat. Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan mencatat dari 46 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang diketahui sekitar 60 persen pengelolanya adalah kaum perempuan. (sumber: <http://www.berita2.com/ekbis/bisnis/3252-mengapa-banyak-perempuan-jadi-pengusaha-sukses.html>) diakses tanggal 16 Juli 2010

Berdasarkan riset dari Center for Women's Business, perempuan di AS telah menciptakan lebih dari 23 juta pekerjaan atau sekitar 16 persen dari semua lapangan kerja di negara tersebut. Di Indonesia, komunitas perempuan wirausaha jumlahnya meningkat pesat, setidaknya hal itu juga terekam pada data pembaca majalah Femina dari Nielsen. Pada 2009 sudah sekitar 15 persen dari komunitas pembaca majalah tersebut merupakan wirausaha. Jumlah itu mencakup 80 persen dari jumlah pembaca yang menjadi perempuan bekerja.

(sumber: <http://www.berita2.com/ekbis/bisnis/3252-mengapa-banyak-perempuan-jadi-pengusaha-sukses.html>)

Wanita berdikari, wanita berwirausaha sudah sejak lama menjadi pemikiran dan isi hati Ibu Kartini. Selama ini, yang dicatat dari perjuangan Kartini sebagai pahlawan wanita Indonesia adalah semangat emansipasi untuk menjadikan kaum wanita mempunyai hak sama dengan kaum laki-laki di segala bidang. Ini membuat kaum wanita Indonesia segera menempati posisi-posisi yang didominasi kaum pria.

Bahkan jika dicermati emansipasi telah bergeser ke arah liberalisme yang bertentangan dengan fitrah wanita Indonesia.

Diungkapkan oleh Dr. Suparman Sumahamijaya (1980:96):  
Sesungguhnya Ibu Kartini telah merintis pendidikan mandiri bagi wanita sejak beliau berumur 16 tahun, sejak sekitar tahun 1893. Hal ini dapat kita buktikan dari hampir semua tulisan Ibu Kartini yang termuat di dalam kumpulan surat-suratnya yang dibukukan dengan judul *Door Duisternis Tot Licht*, hampir setiap halaman surat-suratnya penuh dengan kata-kata perlunya pengembangan watak di atas pendidikan otak, karena dengan pembentukan watak Ibu Kartini yakin manusia akan lebih mampu untuk berdiri sendiri, tidak bergantung dari kerabat dan dari siapapun. Berkali-kali ditekankan perlunya kepercayaan pada diri sendiri.

Surat-surat Ibu Kartini dibukukan pula dengan judul *Letters of A Javanese Princess* dan beredar di Amerika semenjak tahun 1921 oleh Charles Scribner Sons, New York. Penterjemahnya bernama Agnes Louise Symmers menyebutkan bahwa Ibu Kartini dalam perjuangannya menyadari bahwa *The freedom of women could only come through economic independence* (kebebasan wanita hanya bisa datang dari kebebasan ekonomi). Selanjutnya dia berpendapat bahwa *Kartini was an inovator who sought to break new path for her people, but in reaching out for the new and untired she gainted rather than lost in respect for the old fashioned virtues of her kind. Her interests were human not merely feministic which cannot always be said of our own feminism.*

Menurut versi feminisme, akar masalah kurang berdayanya wanita adalah ketidakadilan gender sehingga pemberdayaan wanita dilakukan dengan melibatkan wanita dalam proses penetapan kebijakan. Pemberdayaan wanita semata-mata diukur dari berapa banyak

perwakilan wanita dalam pengambilan keputusan di pemerintahan, parpol atau sektor publik lainnya. Tidak mengherankan jika agenda utama pemberdayaan wanita menurut versi feminisme adalah kepemimpinan wanita, kuota wanita dalam parlemen dan demokratisasi dimana wanita bebas membuat aturan.

Akibat sudut pandang feminisme ini, kaum wanita Indonesia berlomba-lomba berkiprah di bidang politik dan kekuasaan tanpa peduli rambu-rambu norma dan budaya ketimuran. Sementara itu, kewajiban utama wanita sebagai ibu dan manajer rumah tangga dipandang sebagai pekerjaan sampingan.

Penerjemahan yang keliru dari perjuangan Kartini sebagai emansipasi wanita Indonesia dapat dilihat dalam salah satu petikan surat Kartini: "Kami disini memohon diusahakan pengajaran dan pendidikan anak perempuan, bukan sekali-kali karena kami menginginkan anak perempuan itu menjadi saingan anak laki-laki dalam perjuangan hidupnya. Tapi karena kami yakin akan pengaruhnya yang besar sekali bagi kaum wanita, agar wanita lebih cakap melakukan kewajibannya, kewajiban yang diserahkan alam sendiri ke dalam tangannya: menjadi ibu, pendidik manusia yang pertama-tama." (Surat Kartini kepada Prof. Anton dan Nyonya, 4 Oktober 1902). Kartini megupayakan pengajaran dan pendidikan wanita semata-mata demi kebangkitan berpikir kaumnya agar lebih terampil menjalankan kewajibannya sebagai seorang wanita.

Wanita bekerja sejak dulu memang menjadi suatu topik dan polemik yang tak habis diperdebatkan. Pendapat di satu sisi mengatakan bahwa secara kodrat seorang wanita sebaiknya berada di rumah mengurus suami dan anak-anaknya, sementara di sisi lain mengatakan bahwa wanita berhak untuk disetarakan dengan laki-laki baik dari segi



pendidikan maupun kesempatan dalam pekerjaan. Bahwa wanita juga mampu melakukan apa yang dikerjakan laki-laki.

Peluang bisnis bagi wanita, sebenarnya sangat besar. Bukan hanya untuk saat ini, tapi juga untuk saat yang akan datang. Bahkan, peluang bisnis bagi entrepreneur wanita itu sebenarnya lebih besar dari pada entrepreneur laki-laki. Itu karena wanita mempunyai kelebihan. Kelebihannya adalah terletak justru pada “kewanitaanya”. Dimana sosok entrepreneur wanita itu cenderung lebih unggul dalam negosiasi.

Hanya saja, entrepreneur wanita dikenal terlalu hati-hati dalam berbisnis, dan bahkan terlalu takut untuk mengambil resiko. Anggota IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan anggota Kadin atau HIPMI atau organisasi serupa yang semua anggotanya berjenis kelamin pria. Seperti yang diungkapkan oleh sebuah riset dari *Institute for Women's Policy Research* di Wahington DC yang menyatakan bahwa kebanyakan bisnis yang dimiliki oleh wanita lebih sedikit dari wanita yang bekerja pada suatu perusahaan.

Marger Lovero, direktur dari *Entrepreneurial Center at Manattanvile College* mengatakan bahwa entrepreneur wanita sulit berkembang karena cenderung mempertahankan bisnis yang kecil. Bagi entrepreneur wanita yang terpenting bukan memperbesar bisnisnya, tetapi menjadi mandiri atau *men-support* dirinya sendiri, membawa keseimbangan dan fleksibilitas dalam mengatur waktu kesehariannya. (Chandra, 2001:54-55)

Ina Cookies, Primarasa Bakery, dan Mayasari Bakery yang dimiliki oleh wanita adalah perusahaan-perusahaan yang telah berdiri lebih dari 10 tahun. Dengan profit yang terus meningkat dari tahun ke tahunnya, khususnya semenjak tahun 2007 sampai 2009 profit yang

didapat ketiga perusahaan tersebut hampir 100%, dapat dikatakan bahwa ketiga perusahaan tersebut telah meraih kesuksesan. Untuk itu perlu dilakukan penelitian dengan judul “**Analisis Persepsi Karyawan Terhadap Kesuksesan Usaha *Female Entrepreneur* (Studi Kasus: *Ina Cookies, Primarasa Bakery, dan Mayasari Bakery Bandung*)**”. Dengan dilakukannya penelitian ini, maka diharapkan hasil yang akan diperoleh dapat bermanfaat khususnya bagi perusahaan dalam memajukan dan mengembangkan usahanya dan bermanfaat pula bagi pihak lain yang terkait.

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Persepsi Karyawan Terhadap karakteristik *female entrepreneur Ina Cookies, Primarasa Bakery, dan Mayasari Bakery*?
2. Bagaimanakah persepsi karyawan terhadap kesuksesan usaha *Ina Cookies, Primarasa Bakery, dan Mayasari Bakery*?
3. Berdasarkan persepsi karyawan, apakah ada pengaruh yang signifikan karakteristik *female entrepreneur* (Hisrich) terhadap kesuksesan usaha *Ina Cookies, Primarasa Bakery, dan Mayasari Bakery*?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah Persepsi Karyawan Terhadap karakteristik *female entrepreneur Ina Cookies, Primarasa Bakery, dan Mayasari Bakery*.

2. Untuk mengetahui bagaimanakah persepsi karyawan terhadap kesuksesan usaha *Ina Cookies*, *Primarasa Bakery*, dan *Mayasari Bakery*.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan karakteristik *female entrepreneur* (Hisrich) terhadap kesuksesan usaha *Ina Cookies*, *Primarasa Bakery*, dan *Mayasari Bakery*.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Kegunaan Praktisi

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi ketiga pemilik perusahaan tersebut dalam mengelola usaha – usahanya sehingga dapat bertahan, serta sebagai masukan bagi pihak-pihak yang akan mengelola usaha sejenis.

2. Kegunaan Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi semua pihak yang akan melakukan penelitian tentang bahasan yang sama atau untuk keperluan lainnya.

### 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti membatasi area penelitian hanya di daerah Bandung, khususnya hanya pada pemilik *Ina Cookies*, *Prima Rasa Bakery*, dan *Mayasari Bakery*.

## 1.7 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami materi yang terdapat dalam skripsi ini, maka penulisan skripsi disusun sebagai berikut :

1. BAB I. Pendahuluan. Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, perumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.
2. BAB II. Tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran
3. BAB III. Metodologi penelitian. Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis data dan teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
4. BAB IV. Analisis dan Pembahasan. Pada bagian ini dijelaskan tentang analisis dan pengolahan data yang dilakukan dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V. Kesimpulan dan Saran. Bagian ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, dan bertumpu pada landasan teori, analisis data empiris beserta hasil uji hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara umum persepsi karyawan terhadap karakteristik *female entrepreneur* Ina Cookies, Primarasa Bakery, dan Mayasari Bakery berada pada kondisi yang baik, yaitu berkisar 71,5% dengan rincian sebagai berikut:
  - a. Indikator *motivation* (motivasi) berada pada kisaran 71,63% dan berkategori baik.
  - b. Indikator *departure point* (titik berangkat) berkisar 74,75% dan berada pada tingkatan yang baik.
  - c. Indikator *source of fund* (sumber dana) berkisar 73,75% dan berada pada tingkatan yang baik.
  - d. Indikator *occupational background* berkisar 62,63% dan berada pada tingkatan yang baik.
  - e. Indikator *personality characteristics* berada pada kisaran 78,95% dan berkategori baik.
  - f. Indikator *background* berkisar 65,92% dan berada pada tingkatan yang baik.
  - g. Indikator *support group* pemilik perusahaan berkisar 72,92% dan berkategori baik.
  - h. Indikator *type of business started* berkisar 59% dan berada pada tingkatan yang buruk.

2. Persepsi karyawan terhadap kesuksesan usaha *Ina Cookies*, *Primarasa Bakery*, dan *Mayasari Bakery* pada umumnya berada pada kondisi yang baik, yaitu berkisar 82,65% dengan rincian sebagai berikut:
  - a. Indikator kelangsungan hidup usaha berkisar 81,75% atau berada pada kategori sangat baik.
  - b. Indikator menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitarnya berada pada kisaran 82,13% atau berada pada kondisi yang sangat baik.
  - c. Indikator meningkatkan kesejahteraan berada pada kondisi baik yaitu 81,25%.
  - d. Indikator meningkatkan kualitas hidup para pemakainya berkisar 81% atau berada pada kondisi yang baik.
  - e. Indikator memperbaiki kualitas lingkungan produk berada pada kondisi yang sangat baik yaitu berkisar 87,13%.
3. Berdasarkan persepsi karyawan, karakteristik *female entrepreneur* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan usaha *Ina Cookies*, *Primarasa Bakery*, dan *Mayasari Bakery*. Tingkat korelasi antar kedua variabel tersebut pun hanya sebesar 1,2%. Sedangkan sisanya (100% - 1,2%) 98,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Meskipun perhitungan *Linear Continuum* kedua variabel tersebut menunjukkan angka yang baik, namun tidak terdapat pengaruh antar kedua variabel tersebut.  
Hal ini mengindikasikan bahwa karyawan hanya mengetahui 1,2% tentang pemilik perusahaan.

## 5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi
  - a. Ketiga perusahaan tetap menjaga kualitas dari produk dengan tetap menggunakan bahan baku yang tidak membahayakan kesehatan konsumen.
  - b. Ketiga perusahaan tersebut sebaiknya terus melakukan inovasi dengan diversifikasi produk agar dapat memenuhi keinginan konsumen yang saat ini semakin berubah-ubah dan beragam.
  - c. Jika usaha ini diwariskan kepada penerusnya, sebaiknya tetap mempertahankan formula yang ada dan menjadi ciri khas perusahaan atau bahkan ditingkatkan agar tetap bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.
  - d. Jika ingin membuka usaha seperti *Ina Cookies*, *Primarasa Bakery*, atau *Mayasari Bakery* sebaiknya melakukan hal yang sama dan membuat produk yang dapat menjadi ciri khas usaha.
2. Bagi Akademisi:
  - a. Untuk penelitian selanjutnya, agar dilakukan analisis yang lebih baik dan dapat memberikan hasil baru yang tidak ditemukan dalam penelitian ini. Sebaiknya dilakukan penelitian dengan bahasan yang berbeda, karena kewirausahaan ruang lingkupnya luas dan bahasannya pun beragam. Dengan begitu, pengetahuan mengenai hal

tersebut akan semakin bertambah dengan adanya penelitian-penelitian lain yang lebih baik.

- b. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan meneliti sejauh mana karyawan mengenal pemilik perusahaan. Dalam penelitian ini dapat dilihat karyawan kurang mengenal pemilik perusahaan, maka selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut.





## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2006). *Kewirausahaan*, Edisi Revisi, Bandung, Alfabeta
- Alma, Buchari (2008). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, Edisi Revisi, Bandung. Alfabeta
- Astamoen, Moko. P (2005). *Entrepreneurship: Dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia*, Bandung, Alfabeta
- Chandra, Purdi. E (2001). *Menjadi Entrepreneur Sukses*, Jakarta, PT Grasindo
- Cooper and Schindler (2006). *Metode Riset Bisnis*, Edisi 9, Jakarta, PT Media Global Edukasi
- Dewanti, Retno (2008). *Kewirausahaan*, Jakarta, Mitra Wacana Media
- Hisrich, Peter and Sepherd (2008). *Entrepreneurship, Seventh International Edition*, New York, McGraw Hill
- Howels and Krivokapik (2007). *Constraints on female entrepreneurship in Northern Cyprus, Eastern Mediterranean University*
- Indrayanto, Eki. H (2007). *Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada CV. M-Seven Rental Car Bandung*, Bandung, Universitas Sangga Buana-YPKP
- Jenkins and Katircioglu (2007). *Factors Affecting The Business Performance of Female owned Enterprises in Turkish Republic of Nothern Cyprus, Eastern Mediterranean University*

Kasmir, S.E, M.M (2006). *Kewirausahaan*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada

Kountur, Ronny. (2009). *Metode Penelitian*, Cetakan II, Jakarta, Buana Printing

Kurniawan, Rio (2007). *Kajian Teori Entrepreneurship sebagai Suatu Usulan untuk Meningkatkan Kemampuan Bersaing Para Pengusaha Kaus Surapati Bandung*, Bandung, Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Telkom

Nasution, Azwar. (1997). *Reliabilitas dan Validitas*. Jakarta : Pustaka Pelajar

Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business*, Edisi Keempat, Jakarta, Salemba Empat

Siagian, Sondang. P (1999). *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta, Bumi Aksara

Internet:

[www.inacookiesku.com](http://www.inacookiesku.com) (diakses 9 Mei 2010)

<http://www.berita2.com/ekbis/bisnis/3252-mengapa-banyak-perempuan-jadi-pengusaha-sukses.html> (diakses 16 Juli 2010)

[www.detuikcafe.com](http://www.detuikcafe.com) (diakses 9 Mei 2010)