

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil IWAPI

IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) adalah asosiasi pengusaha perempuan Indonesia berdiri sejak tahun 1970an. Tujuan utama organisasi ini adalah membina persatuan dan kerjasama para wanita pengusaha Indonesia dibidang ekonomi dan usaha. IWAPI memiliki visi menjadi organisasi pengusaha perempuan terbaik ditingkat nasional dan internasional. Ide mengenai wadah organisasi perempuan pengusaha muncul pertama kali dari dua kakak beradik putri Basyarudin Rahman Motik (Motik singkatan dari Maju Olehmu Tanah Indonesia Kita), pengusaha besar asal Palembang, Sumatera Selatan. Di awal tahun 1970-an, dimasa maraknya pembangunan ekonomi, mereka risau. Mereka-Kemala dan Dewi Motik–melihat bahwa sebelum kemerdekaan pun, wanita telah punya peran di dunia usaha.



Gambar 1.1 Logo IWAPI

Sumber : www.iwapi.id, 2018

Adapun tujuan organisasi tersebut, *pertama* membina persatuan dan kerjasama para wanita pengusaha Indonesia, di bidang ekonomi dan usaha. *Kedua*, meningkatkan pengetahuan serta keterampilan sebagai pengusaha. Dan *ketiga*, meningkatkan peranserta aktif dalam masyarakat Indonesia yang sedang membangun.

Organisasi yang memperjuangkan kepentingan di bidang usaha yang berkembang dan menonjol kehadirannya di seluruh provinsi Indonesia. Berbagai kegiatan dilangsungkan, semisal melakukan kerjasama dengan Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN), sehingga selalu ikut serta dalam berbagai pameran, baik didalam negeri maupun di luar negeri, seperti di Pekan Raya ASEAN, di Arab Saudi, dan Australia.

IWAPI juga bergerak membina hubungan dengan beberapa bank pemerintah dan swasta, untuk meningkatkan permodalan anggotanya. Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para wanita pengusaha, IWAPI pada 5 Desember 1979 membentuk Pusat Pendidikan IWAPI, antara lain rutin mengadakan kursus katering dan garmen yang hingga kini paling banyak diminati.

1.1.2. Visi dan Misi IWAPI

1. Visi

Untuk menjadi sebuah organisasi perempuan pengusaha Indonesia yang kuat di tingkat Nasional dan Internasional.

2. Misi

- a. Untuk memberdayakan dan memperkuat kaum perempuan di UKM.
- b. Untuk meningkatkan kemampuan anggota. Mendapatkan akses ke teknologi baru, pemasaran, dan keuangan. (iwapi.id, 2018)

1.1.3. Tujuan IWAPI

1. Untuk membantu perempuan Indonesia menjadi pengusaha yang tangguh, dengan memberi mereka informasi, advokasi, pendidikan dan pelatihan.
2. Untuk membina, mengembangkan, dan mempromosikan kerjasama bisnis antara anggota dan luas jaringan mereka dengan pengusaha global.
3. Untuk menjadi agen perubahan untuk diri mereka sendiri sehingga mereka dapat menjadi pengusaha yang lebih baik.

4. Untuk meningkatkan kerja sama yang lebih baik dengan sector swasta, Lembaga pemerintah, dan LSM. (iwapi.id, 2018)

1.1.4. Struktur Organisasi IWAPI

1. Dewan Pengawas
 - a. Menteri Koperasi dan UKM
 - b. Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
 - c. KADIN Indonesia
2. Dewan Penasehat
 - a. Melani Leimena Suharli, MM. (Anggota Komisi VI DPR RI & pemilik Travel Al Amin).
 - b. (H.C.) Martha Tilaar (Pemilik Sari Ayu Martha Tilaar, salah satu yang terbesar perusahaan kosmetik tradisional di Indonesia).
 - c. Hj. BRA Mooryati Soedibyo,SS,M,Hum. (Pemilik PT. Mustika Ratu, juga salah satu yang terbesar perusahaan kosmetik tradisional di Indonesia).
 - d. Ir. Nining I Soesilo MA, (Presiden pusat UKM dari Universitas dari Indonesia).
 - e. Aviliani,SE.,M.Si., (Comisary Bank BRI).
3. Dewan Kehormatan
 - a. Dr Kemala Motik Abdul Gafur (Pendiri dan Mantan Ketua Umum IWAPI)
 - b. Hj. Dewi Motik Pramono, Msi (Pendiri dan Mantan Ketua Umum IWAPI)
 - c. Netty B.Rianto (RIP) (Mantan Ketua Umum IWAPI)
 - d. Suryani Sidik Motik, MBA (Mantan Ketua Umum IWAPI)

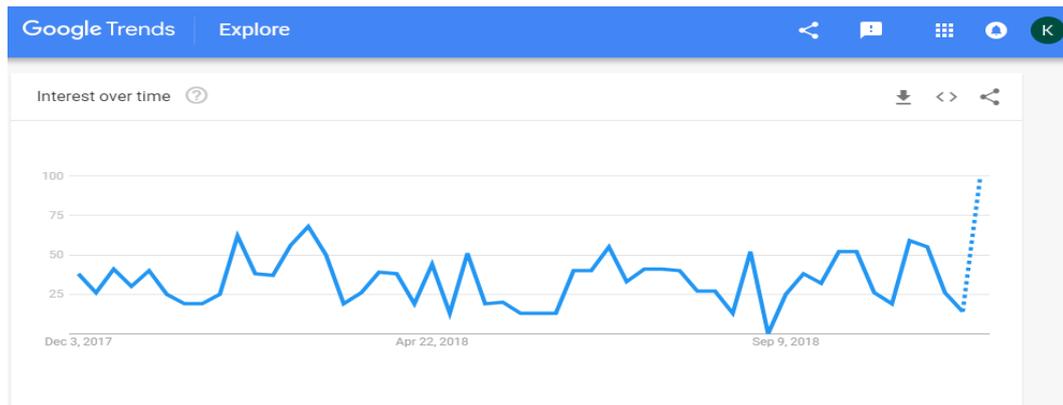
1.2 Latar Belakang Penelitian

Kewirausahaan telah dilihat sebagai kunci untuk perkembangan ekonomi di banyak negara (Krishnamoorthy dan Balasubramani, 2014). Pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat di pengaruhi oleh peran kewirausahaan dan pengusaha. Bagi negara-negara industri maju maupun negara sedang berkembang, seperti halnya Indonesia, tumbuh kesadaran betapa pentingnya peranan kewirausahaan dalam pembangunan nasional. Hal ini bisa terlihat dari besarnya peranan UMKM terutama kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja serta sifatnya yang fleksibel terhadap gejolak ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Presiden RI, Joko Widodo menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global (Sunnylands, 2016). Menurut Kementerian Koperasi dan KUKM (2017) mengungkapkan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia sangat berkembang pesat dan terus mengalami kemajuan. Hal ini terbukti bahwa semakin banyak orang Indonesia yang tertarik untuk menjadi seorang pengusaha. Jumlah pelaku usaha industri UMKM Indonesia termasuk paling banyak di antara negara lainnya, terutama sejak tahun 2014. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik wirausaha Indonesia mengalami peningkatan, dimana pada Tahun 2013-2014 lalu masih dalam angka 1,67 persen, sedangkan pada tahun 2017 mengalami kenaikan yaitu menjadi 3,1 persen.

Berhubungan dengan kewirausahaan, wanita juga memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi. Seperti yang dikatakan oleh Kamberidou (2013) 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. Penelitian menemukan bahwa wanita lebih baik dalam berkomunikasi dan merupakan pendengar yang baik dibandingkan pria. Hal tersebut merupakan keuntungan bagi wirausaha yang mampu mengetahui kebutuhan konsumen dan membangun tim kerja yang efektif (Kamberidou, 2013). Sampai tahun 2018, kemampuan wanita dalam bersosialisasi akan menjadi permintaan.

Pada perkembangan jaman seperti saat ini *entrepreneur* tidak hanya di dominasi oleh pria namun perempuan juga telah mengambil bagian ini untuk dijadikan tumpuan hidupnya kelak, atau sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu membiayai kehidupan keluarganya. Wirausaha wanita mempunyai peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Di era globalisasi ini, wanita Indonesia mempunyai peluang dan kesempatan yang sangat besar untuk berkembang. Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2017), Syarief Hasan, menegaskan peran penting perempuan dalam mendorong kewirausahaan. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan *Global Entrepreneurship Monitor* (2017), wirausaha wanita mencapai 14 persen dari total populasi. Dengan nilai 14 persen, artinya ada 14 dari 100 orang yang membuka wirausaha baru hingga usahanya berumur 3,5 tahun pada 2016, perempuan dinilai lebih berani membuka usaha baru dibanding lelaki. Ketua GEM Indonesia periode 2013-2016 Catharina B. Nawangpalupi mengatakan survei kewirausahaan baru tersebut sudah berjalan empat tahun di Indonesia dengan hasil yang menunjukkan bahwa perempuan di Indonesia lebih berani mengambil risiko untuk memulai usaha baru. Dalam penelitian GEM, terdapat indikator TEA (*Total Early-stage Entrepreneurial Activity*) yang bersifat stabil dari tahun ke tahun. Indikator itu mengukur persentase penduduk berusia 18-64 tahun yang merintis usaha baru dalam kurun waktu 3,5 tahun. Nilai 14 persen yang diraih membuat Indonesia berada di peringkat 20 dari 65 negara. Jumlah perempuan juga diketahui lebih banyak dibanding lelaki untuk membuka usaha baru. Angka rasionya 1,24 atau lima orang perempuan berbanding empat orang lelaki (Anwar, 2017).

Persepsi wanita dalam memandang peran ideal seorang wanita merupakan dasar untuk memutuskan apakah mereka akan bekerja atau hanya mengurus rumah tangga. Bekerja dalam hal ini bisa dalam bentuk bekerja secara formal maupun informal seperti berwirausaha. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Akan tetapi, fenomena wanita yang berwirausaha terus mengalami fluktuatif yang datanya dapat kita lihat dari tren pencarian kata kunci *woman entrepreneur* pada *search engine* di situs *Google*.



Gambar 1.2 Grafik Hasil Penelusuran *Woman Entrepreneur*

Sumber: Google Trend, 2015

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa walaupun grafik bersifat fluktuatif, namun terbukti dari tahun 2017 ke tahun 2018 fenomena pebisnis wanita mengalami peningkatan. Bahkan dengan adanya garis putus-putus, *Google Trend* memberikan prediksi (*Forecast*) di tahun 2018 hasil penelusuran kata kunci *Woman Entrepreneur* akan semakin meningkat. *Tren* yang berkembang berdasarkan fakta menunjukkan bahwa wanita pengusaha memiliki kontribusi atas pertumbuhan ekonomi di negaranya masing-masing. Akan tetapi di negara Indonesia jumlah wanita pengusaha bisa dikatakan sangat sedikit jika dibandingkan dengan total penduduknya.

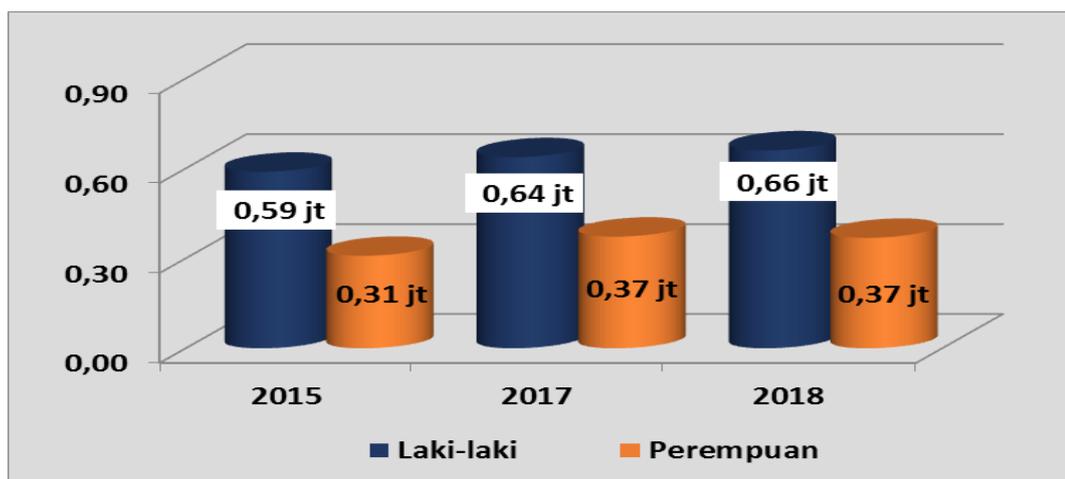
Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menyatakan bahwa jumlah wirausaha sudah mencapai rasio 3,1% total populasi penduduk Indonesia. Angka tersebut melampaui standar internasional yaitu sebesar 2%. Persentase tersebut meningkat dari tahun 2014 yang sebelumnya 1,55% meningkat menjadi 3,1%. Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia 260 juta jiwa, maka jumlah wirausaha Indonesia pada saat ini mencapai 8,06 juta jiwa. Rasio ini masih lebih rendah jika dibandingkan dengan negara lain seperti Singapura yaitu 7% dari jumlah penduduk atau sekitar 385.000 orang berwirausaha, Malaysia 5% dari jumlah penduduk atau sekitar 1.540.000 orang berwirausaha, dan Thailand 4% dari jumlah penduduknya sekitar 2.604.000 orang (liputan6.com,2018).



Gambar 1.3 Rasio Kewirausahaan Negara – Negara di Asia Tahun 2018

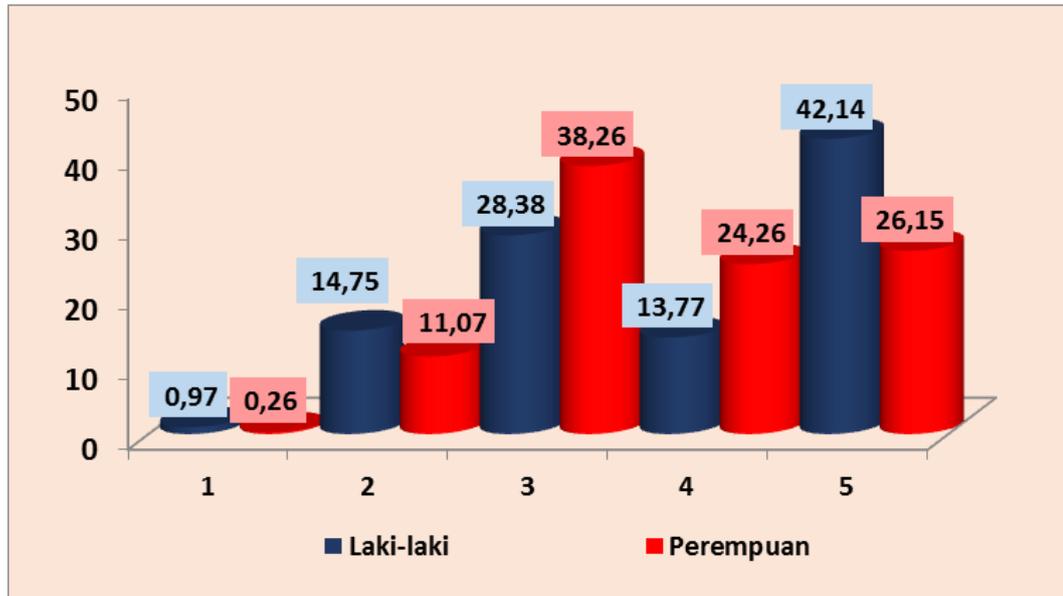
Sumber: data diolah peneliti berdasarkan liputan6.com, 2018

Jumlah penduduk laki-laki dan perempuan di kota Depok masih terdapat kesenjangan yang tinggi atau hampir dua kali lipat penduduk laki-laki jika dibandingkan dengan penduduk perempuan yang bekerja. Hal ini menjadikan *gender* suatu masalah. Seharusnya hal tersebut tidak harus menjadi masalah dalam menjadi suatu pekerjaan. Fenomena ini membuktikan bahwa pada saat ini perempuan sudah mulai berani untuk bekerja atau membuka usaha sendiri. Industri rumahan menjadi perhatian presiden karena mampu membuka dan menyerap lapangan kerja yang cukup besar khususnya untuk perempuan sehingga dapat mengurangi angka pengangguran (Wira, 2014). Hal ini menandakan wanita pengusaha menjadi isu penelitian yang menarik untuk di teliti.



Gambar 1.4 Jumlah Penduduk yang Bekerja di Kota Depok

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018



Gambar 1.5 Persentase Penduduk Kota Depok yang Bekerja menurut Jenis Usaha dan Jenis Kelamin

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

Keterangan :

1. Pertanian, kehutanan, dan perikanan
2. Industri pengolahan
3. Perdagangan, rumah makan, dan hotel
4. Jasa kemasyarakatan
5. Pertambangan dan penggalian, listrik, bangunan, angkutan, pergudangan, keuangan, asuransi dan usaha persewaan bangunan.

Berdasarkan hasil Sakernas pada tahun 2018, persentase 3 dari 5 lapangan usaha utama di dominasi oleh laki-laki yaitu pada bagian pertanian, kehutanan dan perikanan laki-laki memiliki persentase 0,97% sedangkan perempuan memiliki persentase 0,26%. Industri pengolahan laki-laki memiliki persentase 14,75% sedangkan perempuan memiliki persentase 11,07% dan pada sektor pertambangan laki-laki memiliki persentase 42,14% sedangkan perempuan memiliki persentase 26,15%. Sedangkan persentase perempuan pekerja lebih tinggi terdapat di sektor perdagangan, rumah makan dan hotel yang memiliki persentase 38,26% sedangkan laki-laki memiliki persentase 28,38% dan jasa kemasyarakatan perempuan memiliki persentase lebih tinggi yaitu 24,26% sedangkan laki-laki memiliki persentase 13,77%.

Kabupaten/Kota	UMK	UMB	Jumlah	Distribusi (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
01.BOGOR	368.740	6.308	375.048	8,09
02.SUKABUMI	266.945	2.057	269.002	5,80
03.CIANJUR	249.221	1.587	250.808	5,41
04.BANDUNG	348.858	4.419	353.277	7,62
05.GARUT	257.858	1.283	259.141	5,59
06.TASIKMALAYA	187.458	610	188.068	4,06
07.CIAMIS	138.877	842	139.719	3,01
08.KUNINGAN	94.090	795	94.885	2,05
09.CIREBON	250.162	2.442	252.604	5,45
10.MAJALENGKA	155.419	1.422	156.841	3,38
11.SUMEDANG	115.039	1.164	116.203	2,51
12.INDRAMAYU	189.325	1.721	191.046	4,12
13.SUBANG	168.486	1.292	169.778	3,66
14.PURWAKARTA	85.745	1.501	87.246	1,88
15.KARAWANG	230.654	2.952	233.606	5,04
16.BEKASI	225.844	5.198	231.042	4,98
17.BANDUNG BARAT	155.041	1.246	156.287	3,37
18.PANGANDARAN	59.990	303	60.293	1,30
71.KOTA BOGOR	83.515	2.891	86.406	1,86
72.KOTA SUKABUMI	39.059	923	39.982	0,86
73.KOTA BANDUNG	333.112	10.826	343.938	7,42
74.KOTA CIREBON	38.799	1.425	40.224	0,87
75.KOTA BEKASI	193.619	9.437	203.056	4,38
76.KOTA DEPOK	158.210	4.178	162.388	3,50
77.KOTA CIMAHI	55.851	1.059	56.910	1,23
78.KOTA TASIKMALAYA	89.488	1.625	91.113	1,97
79.KOTA BANJAR	25.553	343	25.896	0,56
Jumlah	4.564.958	69.849	4.634.807	100,00

Gambar 1.6 Jumlah Perbandingan Usaha di Jawa Barat

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat, 2016

Gambar diatas merupakan jumlah perbandingan usaha kota dan kabupaten yang berada di Jawa Barat berdasarkan sensus ekonomi pada tahun 2016. Dapat dilihat bahwa kota Depok hanya berkontribusi 3,50% pada sektor UMKM di provinsi Jawa Barat. Masih dibawah kontribusi kota atau kabupaten yang berada dekat dengan Jakarta sebagai ibukota dan pusat perekonomian Indonesia, seperti kota Bekasi sebesar 4,38%, kabupaten Bogor 8,09%. Sehingga perlu diteliti lebih lanjut motivasi dan hambatan untuk berwirausaha di kota Depok.

Saat ini IWAPI kota Depok memiliki anggota 230 orang, hal tersebut lebih sedikit dari tahun sebelumnya yang berjumlah 250 orang. Banyaknya anggota yang tidak aktif di IWAPI kota Depok menurut Ibu Sri diakibatkan anggota tersebut sudah tidak lagi melakukan usaha dan usaha tersebut sudah diberikan kepada

anggota keluarganya dan keterbatasan modal usaha, namun begitu IWAPI kota Depok tetap optimis dan mendorong agar setiap anggotanya berperan aktif menyukseskan berbagai program Pemerintah Kota Depok (depok.go.id, 2018). Selain IWAPI terdapat organisasi serupa yang berada di kota Depok, seperti IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia) dan PERWIRA (Perkumpulan Perempuan Wirausaha Indonesia). IPEMI kota Depok memiliki anggota aktif 70 orang (Kabarpublik, 2019), sedangkan PERWIRA sendiri mengklaim memiliki anggota 500 hingga 1.000 di setiap kota dan kabupaten di Jawa Barat (Tribunnews, 2019).

Salah satu yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu perbuatan adalah karena adanya motivasi dalam dirinya untuk melakukan hal tersebut. Motivasi adalah alasan yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh individu dan dapat mempengaruhi seseorang untuk berwirausaha. Menjadi seorang wirausaha dibutuhkan motivasi yang kuat. Apabila seseorang yang tidak memiliki dasar motivasi yang kuat, maka akan mudah untuk menyerah dan berputus asa dalam menjalankan sebuah usaha. Menurut Prasetyani et.al (2016) motivasi wanita pengusaha adalah keinginan atau hasrat yang dimiliki oleh seorang perempuan untuk dapat menjadi seorang yang profesional dan memiliki kebebasan dalam mengelola pekerjaan melalui kegiatan bisnis. Keinginan tersebut juga meliputi keinginan untuk berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengembangkan kemampuan bisnis dan mendapatkan penghargaan.

Pernyataan ketua umum IWAPI Nita Yudi, terdapat empat kendala utama perkembangan pertumbuhan jumlah wanita pengusaha di Indonesia (Bisnis, 2017). Pertama, keraguan perempuan pada potensi mereka sebagai pebisnis. Kedua, perempuan di Indonesia cenderung kurang lihai atau merasa terbatas oleh hambatan budaya dalam mengembangkan jaringan dibandingkan pria. Ketiga, budaya di Indonesia juga membuat perempuan kurang jeli dalam melihat peluang dan cenderung ragu-ragu dalam memanfaatkannya menjadi bisnis baru. Keempat, adalah modal. Nita mengatakan perbankan masih mengharuskan nasabah perempuan menyertakan jaminan dari orang tua, anak, atau suami jika mengajukan kredit. Belum optimalnya pertumbuhan pekerja wanita khususnya selain karena peran ganda wanita dalam rumah tangga adalah belum adanya motivasi untuk berwirausaha. Untuk menumbuhkan jiwa wirausaha diperlukan motivasi, dan

motivasi tidak untuk diceramahkan tetapi diberi penguatan. Adanya unsur perasaan dalam jiwa wirausaha seseorang mengisyaratkan bahwa jiwa wirausaha dapat tumbuh dengan adanya faktor dalam diri seseorang, minat dan motivasi merupakan bentuk perasaan yang akan membantu terbentuknya jiwa wirausaha.

Hal ini sejalan dengan Menurut Alma (2013) minat berwirausaha akan mewujudkan seseorang mejadi wirausaha yang memiliki sikap inovator, sebagai individu yang mempunyai naluri untuk melihat peluang-peluang, mempunyai semangat kemampuan dan pikiran untuk menaklukan cara berpikir lamban dan malas. Dengan memiliki motivasi yang kuat dan melihat peluang usaha dengan baik dapat membuat wirausaha berpikir kreatif dan lebih produktif. Menurut Shane, Locke, & Collins (2003) seorang wirausaha harus memiliki sifat yang kreatif. Dengan sifat tersebut, wirausaha dapat mengembangkan usahanya dan memiliki inovasi sehingga akan banyak menemukan cara baru dalam memecahkan masalah dan menghadapi peluang. Anggadwita dan Dhewanto (2014) mengemukakan bahwa niat merupakan faktor penting dalam mengidentifikasi motivasi dan karakteristik seseorang dalam membangun kegiatan kewirausahaan.

Keterlibatan perempuan dalam wirausaha, menjadi kajian beberapa peneliti, di antaranya Ardhanari (2008), yang meneliti profil dan hambatan wirausaha perempuan di Indonesia untuk berkembang. Temuannya sangat menarik karena disebutkan hambatan wirausaha perempuan adalah karakteristik personal yang diakibatkan oleh beban kerja akibat peran ganda seorang perempuan dan karakteristik struktural, yaitu hambatan terhadap akses permodalan (syarat dan agunan) dan akses pemasaran di mana perempuan memiliki akses informasi pemasaran yang rendah. Disimpulkan bahwa hambatan perkembangan wirausaha perempuan adalah akibat *gender stereotype* (stereotip jenis kelamin) antara perempuan dan laki-laki dalam lingkungan patriarkhi.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi yaitu, saat ini wirausaha tidak hanya kaum laki-laki tetapi juga kaum perempuan dengan berbagai alasan dan landasan yang mendasar namun terdapat beberapa motivasi dan kendala yang bisa saja menjadi alasan tersendiri bagi seorang wanita menekuni wirausaha, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini mengambil judul: "Identifikasi

Motivasi dan Hambatan Pada Wanita Pengusaha”, studi Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia Kota Depok.

1.3 Perumusan Masalah

Pada perkembangan jaman seperti saat ini *entrepreneur* tidak hanya di dominasi oleh pria namun wanita juga telah mengambil bagian ini. Pertumbuhan wirausaha wanita terus berkembang tiap tahunnya. Untuk meningkatkan pertumbuhan wirausaha wanita perlu dilakukan aktivitas atau program yang memotivasi seperti menanamkan semangat atau jiwa kewirausahaan dengan menghadirkan pengusaha sukses untuk membagikan pengalamannya dan membangun karakter wirausaha wanita, perencanaan berwirausaha atau mengembangkan bisnisnya dengan memberikan ide dan memilih jenis usaha yang relevan, mengelola keuangan, dan membuat perencanaan atau pengembangan usaha. Dengan begitu wanita pengusaha akan bertambah dan menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Data Badan Pusat Statistik wirausaha Indonesia mengalami peningkatan dari angka 1,67% menjadi 3,1%. Wanita pengusaha juga memiliki peran penting dalam meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Selain itu wanita juga lebih baik dalam hal berkomunikasi dan merupakan pendengar yang baik sehingga akan menjadi nilai tambah bagi wanita pengusaha dalam membangun usaha tersebut. Hal tersebut bisa memotivasi para wanita yang belum memiliki usaha untuk segera membuka usaha serta bisa menciptakan lapangan pekerjaan. Namun keterlibatan wanita dalam membuka usaha terdapat beberapa hambatan seperti peran ganda sebagai perempuan, permodalan, akses informasi pemasaran yang rendah, dan masih terdapat perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan dalam lingkungan yang bisa menghambat bagi perempuan untuk menjadi wirausaha.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang terjadi di simpulkan bahwa perempuan memiliki motivasi dan hambatan dalam menjalankan usaha. Maka perlu diteliti lebih lanjut apa motivasi dan hambatan bagi perempuan untuk memulai menjadi wirausaha.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian adalah:

1. Seberapa besar motivasi yang memiliki nilai tertinggi pada anggota IWAPI di kota Depok?
2. Seberapa besar hambatan yang memiliki nilai tertinggi pada anggota IWAPI di kota Depok?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar motivasi yang memiliki nilai tertinggi pada anggota IWAPI di kota Depok.
2. Untuk mengetahui seberapa besar hambatan yang memiliki nilai tertinggi pada anggota IWAPI di kota Depok.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang sedang melakukan penelitian dengan topik yang sama serta dapat menambah pengetahuan tentang Wanita Pengusaha.

1.6.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi Wanita Pengusaha dalam menjalankan bisnisnya, mengetahui hambatan yang terjadi pada Wanita Pengusaha serta sebagai acuan Wanita Pengusaha yang sedang menjalankan usaha.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1. Lokasi dan Objek penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motivasi dan hambatan yang terjadi pada wanita pengusaha. Penelitian ini hanya berfokus pada wanita pengusaha yang ada di Ikatan Wanita Indonesia (IWAPI) di Depok.

1.7.2. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan terhitung sejak bulan Februari tahun 2019 – Agustus tahun 2019.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk memberi gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan berisikan sistematika penulisan dan penjelasan ringkas laporan penelitian. Sistematika tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini adalah gambaran awal dari apa yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan pustaka yang digunakan sebagai acuan di dalam penelitian ini, yang dikutip dari beberapa literatur maupun jurnal terkait dengan wirausaha.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, metode pengumpulan data, responden, teknik pengambilan data, skala pengukuran, pengujian instrumen dan variabel, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan hasil penelitian, berupa gambaran umum untuk menjawab permasalahan penelitian, sampai dengan diskusi atas hasil dari analisis yang didapatkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini Berisi tentang risalah hasil penelitian, meliputi kesimpulan, saran bagi perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya, serta berisi tentang kekurangan pada penelitian ini.