

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Wanita berwirausaha sudah menjadi isu yang banyak diperbincangkan saat ini. Dunia wirausaha bukan milik kaum pria saja, tapi sudah menjadi *trend* di kalangan wanita. Para perempuan kini semakin berminat untuk berwirausaha dan mandiri sebagai wujud emansipasi perempuan yang berdampak baik pada peningkatan perekonomian keluarga, kemandirian perempuan, aktualisasi diri, dan kelak akan membantu meningkatkan perekonomian negara. Data dari Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2009 mencatat, dari sekitar 52 juta pelaku UMKM yang hadir di Tanah Air, sebanyak 60 persen usaha dijalankan oleh perempuan dan berbagai komunitas pengusaha perempuan juga gencar mengobarkan semangat berwirausaha di kalangan perempuan lain. (www.depkop.go.id, diakses pada 6 April 2014)

Di Indonesia terdapat beberapa tokoh pengusaha wanita yang sukses dan inspirasional, beberapa diantaranya yaitu : Nyonya Meneer yang usaha jamu tradisionalnya sudah dikenal sejak lama; Martha Tilaar, pengusaha kosmetik dan jamu dengan nama dagang Sari Ayu; Mooryati Soedibyo, pengusaha kosmetik Mustika Ratu; Mutiara Siti Fatimah Djokosoetono yang mendirikan perusahaan taksi Blue Bird dan menjadi *market leader* di Indonesia dan Wendy Yap yang mendirikan perusahaan produk roti Sari Roti.

Sosok-sosok pengusaha wanita di Bandung juga banyak yang terbukti sukses dan memberi inspirasi, seperti: Hj. Nia Kurnia yang bersama suami mendirikan outlet busana muslim hasil rancangannya yang diberi nama Rabbani; Ratnawati yang pada awalnya membuka usaha kecil-kecilan pisang bolen yang kemudian terkenal dan menjadi oleh-oleh khas dari Bandung yaitu Kartika Sari; Ny. Sumiwiludjeng sang penemu brownies kukus Amanda yang juga menjadi oleh-oleh khas Bandung dan kemudian bisnisnya menjadi semakin besar dan memiliki cabang di beberapa kota besar di Indonesia; Theresia Yuliaty, pemilik dari toko Primarasa yaitu salah satu toko oleh-oleh yang terkenal di Bandung dan Diah Sulistiawati, pemilik J&C Cookies yang merupakan usaha cookies *home industry* yang terkenal di Bandung.

Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur oleh Undang-Undang No 20 Tahun 2008. Pengertian UMKM adalah peluang usaha produktif milik

orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh Undang-Undang No 20 Tahun 2008 sebagai berikut :

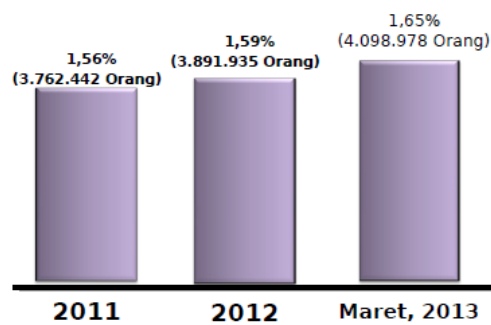
1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria :
 - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria :
 - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan kriteria :
 - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

(sumber : www.depkop.go.id)

1.2 Latar Belakang

Tumbuh dan berkembangnya perekonomian suatu negara sangat berkaitan dengan aktivitas kewirausahaan dan para wirausahanya karena kewirausahaan telah diakui sebagai solusi atas pertumbuhan ekonomi, pengangguran dan kemiskinan. Menurut Sladana et. al. (2012), kewirausahaan adalah salah satu faktor utama pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang membantu menciptakan lapangan kerja dan juga memiliki peran penting dalam pengembangan daya saing tiap-tiap negara.

Wirausaha di Indonesia telah menunjukkan perkembangan jumlah setiap tahunnya sehingga berperan signifikan dalam perkembangan ekonomi Indonesia, hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.1 yang merupakan data dari hasil konferensi pemberdayaan UMKM nasional sebagai berikut:



Gambar 1.1

Perkembangan Jumlah Wirausaha 2011-2013

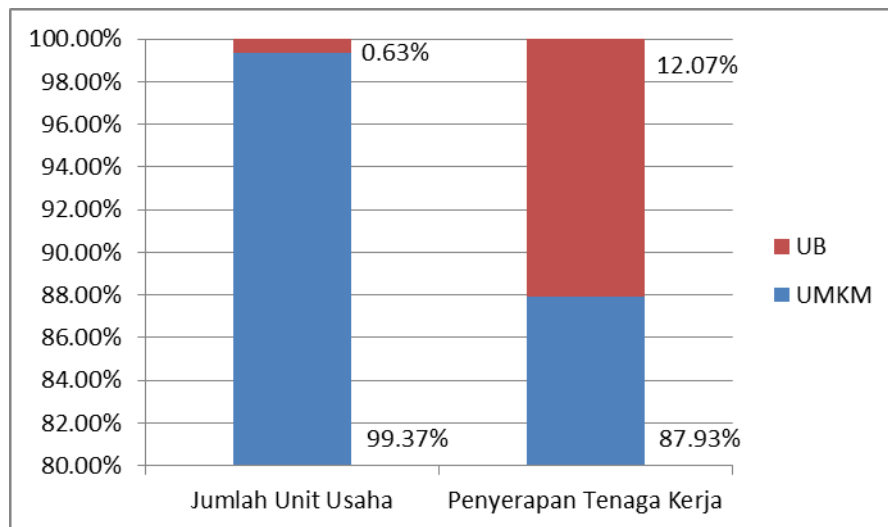
Sumber : Konferensi Pemberdayaan UMKM Nasional

Dapat dilihat dari Gambar 1.1 bahwa terdapat peningkatan jumlah wirausaha di Indonesia dari tahun 2011 sampai tahun 2013 dengan rata-rata kenaikan sebesar 0.3 persen tiap tahunnya, yaitu terdapat 3.762.442 orang wirausaha pada tahun 2011, 3.891.935 orang wirausaha pada tahun 2012 dan 4.098.978 orang wirausaha pada bulan Maret tahun 2013.

Pembangunan ekonomi akan tercapai jika kegiatan perekonomiannya berjalan dengan baik, dan salah satu penopang perekonomian yang memiliki posisi penting adalah sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut Hanoboan dan Sasongko (2012), Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki posisi penting, baik dalam

penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di daerah juga sebagai perekat dan stabilisator dalam masalah kesenjangan sosial.

Jumlah total unit usaha di Kota Bandung pada tahun 2012 berjumlah 147.999 unit usaha dengan rincian sebesar 99,37 persen atau sebanyak 147,073 unit usaha pada skala UMKM dan sebesar 0,63 persen atau sebanyak 962 unit usaha pada skala Usaha Besar (UB), ini menunjukkan bahwa usaha di di Kota Bandung didominasi dari kelompok UMKM. Selain itu, jumlah tenaga kerja yang terserap oleh unit usaha di Kota Bandung pada tahun 2012, sebagian besar terserap oleh UMKM, yaitu sebanyak 87,93 persen tenaga kerja yang diserap UMKM, sedangkan yang terserap oleh UB hanya sebanyak 12,07 persen. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.2, sebagai berikut:

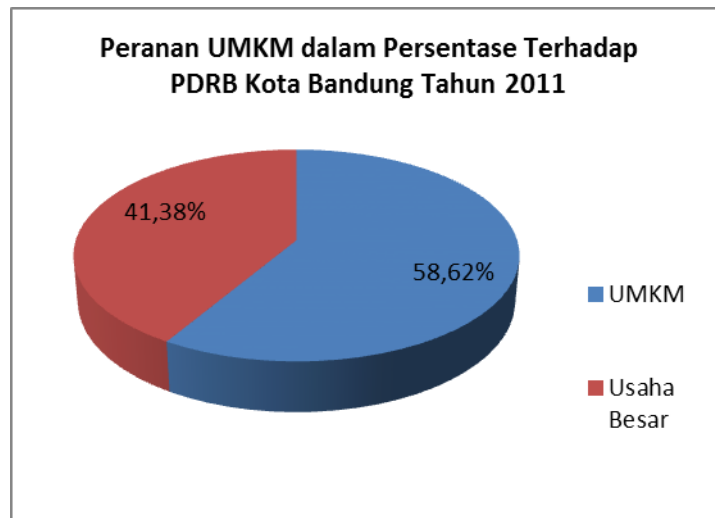


Gambar 1.2

Persentase Jumlah Unit Usaha dan Penyerapan Tenaga Kerja Menurut Skala Usaha Kota Bandung Tahun 2012

Sumber: BPS Kota Bandung

UMKM juga memiliki peranan yang cukup penting dalam perekonomian dimana UMKM memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), seperti yang diperlihatkan pada Gambar 1.3, sebagai berikut:



Gambar 1.3

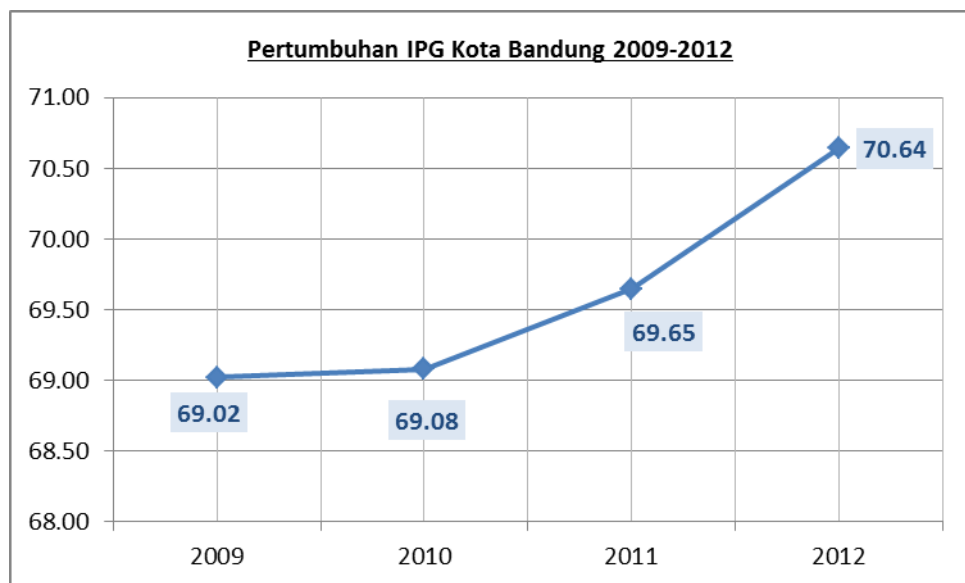
Peranan UMKM dalam Persentase Terhadap PDRB Kota Bandung Tahun 2011

Sumber: BPS Kota Bandung

Dapat dilihat pada Gambar 1.2 bahwa UMKM memberikan kontribusi sebesar 58,62% terhadap PDRB Kota Bandung (Rp 56.050.800.000.000 PDRB atas dasar harga berlaku) dan Usaha Besar (UB) memberikan kontribusi sebesar 41,38% terhadap PDRB Kota Bandung (Rp 39.562.060.000.000 PDRB atas dasar harga berlaku). Ini menunjukkan bahwa UMKM menyumbangkan kontribusi yang lebih banyak pada PDRB di Kota Bandung dibandingkan Usaha Besar.

Terkait akan kewirausahaan, wirausaha wanita juga memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi sehingga dapat mengangkat status sosial dan meningkatkan kesejahteraan baik kesejahteraan keluarganya maupun kesejahteraan ekonomi. Hal ini sesuai dengan pendapat Tambunan (2012) bahwa perkembangan wanita pengusaha sangat berpotensi sebagai penggerak utama pendorong proses pemberdayaan wanita yang pada akhirnya bisa sangat berdampak positif terhadap penurunan tingkat kemiskinan, juga Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang punya komitmen penuh dalam mencapai *Millennium Development Goals* atau MDGs (tujuan-tujuan pembangunan millennium), yang dua diantaranya adalah pemberdayaan wanita dan mengurangi kemiskinan ekstrim hingga tingkat lebih rendah tertentu pada tahun 2015. Terkait akan pemberdayaan wanita, hal ini dapat diukur dari Indeks Pembangunan *Gender* (IPG). IPG merupakan indeks pencapaian kemampuan dasar pembangunan manusia yang digunakan

untuk mengetahui kesenjangan pembangunan manusia antara laki-laki dan perempuan. IPG sendiri memiliki 3 indikator; indikator pada bidang pendidikan, bidang kesehatan dan bidang ekonomi. Pada bidang ekonomi dilihat dari aspek pendapatan, daya beli, lapangan pekerjaan, status pekerjaan dan jenis pekerjaan sehingga dapat diketahui partisipasi wanita dalam pembangunan ekonomi. IPG di Kota Bandung setiap tahun terus mengalami kenaikan seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.4 sebagai berikut:



Gambar 1.4

Pertumbuhan IPG Kota Bandung Tahun 2009-2012

Sumber: BPS Kota Bandung

Pertumbuhan IPG yang terjadi setiap tahunnya di Kota Bandung menunjukkan semakin sedikitnya kesenjangan antara laki-laki dan perempuan dan bahwa perempuan di Kota Bandung juga ikut berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi di Kota Bandung.

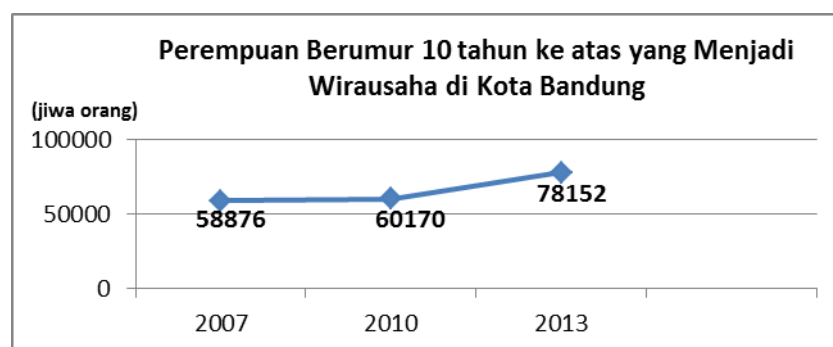
Sehubungan dengan keterlibatan perempuan di sektor UMKM, Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan mencatat pada tahun 2009 bahwa dari 52.764.603 usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang diketahui, sekitar 60 persen pengelolanya adalah kaum perempuan dengan rincian 0,13 persen perempuan berada di usaha menengah, 6,90 persen berada di usaha kecil dan 92,97 persen berada di usaha mikro. Bahkan, persentase perempuan dalam dinamika usaha mencapai 50,1 persen berbanding 49,9 persen dengan kaum lelaki. (www.bwi.or.id, diakses pada 11 Maret 2014). Sedangkan menurut Menteri Luar Negeri, dalam acara *Women and the Economy*

Summit di San Fransisco, USA (2011), wanita memainkan peran yang cukup besar dalam perekonomian Indonesia dimana sebanyak 39 persen wanita menjadi pelaku dalam usaha mikro dan kecil, dan 18 persen wanita berkontribusi dalam usaha menengah dan besar. (www.kemlu.go.id)

Ketua Umum Dewan Pengurus Pusat (DPP) IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia), Nita Yudhi, menyatakan bahwa pada tahun 2013 IWAPI telah memiliki anggota sebanyak 30.000 orang di 32 provinsi. Anggotanya terdiri dari 85 persen pengusaha mikro dan kecil, 13 persen pengusaha menengah dan 2% pengusaha besar. (www.beritasatu.com, diakses pada 11 Maret 2014). Jumlah tersebut telah mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2005 (Jati, 2009) anggota IWAPI dicatat sebanyak 15.000 orang.

Data dari BNI pada tahun 2011 menyebutkan, selama empat tahun terakhir terjadi lonjakan perempuan yang berwirausaha, lebih dari 40 persen. BNI mencatat, dari sekitar 58.000 usaha kecil, 25 persennya (sekitar 12.000) dijalankan oleh perempuan. Jumlah ini pun mengalami peningkatan dibandingkan beberapa tahun sebelumnya. Beberapa tahun sebelumnya, jumlah usaha kecil yang dijalankan perempuan kurang dari 15 persen. (www.majalahfranchise.com, diakses pada 6 April 2014)

Fenomena wanita yang menjadi wirausaha di Kota Bandung dapat dilihat pada data Survei Sosial Ekonomi Daerah (SUEDA) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung yang menunjukkan bahwa jumlah perempuan berumur 10 tahun ke atas yang menjadi wirausaha mengalami kenaikan jumlah di setiap tiga tahun, seperti Gambar 1.5 berikut :



Gambar 1.5

**Perempuan Berumur 10 Tahun ke Atas yang Menjadi Wirausaha di Kota Bandung
Tahun 2007, 2010 dan 2013**

Sumber: BPS Kota Bandung

Berdasarkan informasi pada Gambar 1.5 dapat disimpulkan bahwa wanita Kota Bandung mulai memperlihatkan pertumbuhan dalam berwirausaha karena para wanita tersebut memilih bidang wirausaha sebagai pekerjaan utama mereka dan mengalami pertumbuhan jumlah dari 58.876 orang pada tahun 2007 menjadi 78.152 orang pada tahun 2013.

Fakta-fakta yang ada bahwa banyak wanita yang menjadi wirausaha dapat menunjukkan bahwa wanita juga mampu bersaing dengan laki-laki di dunia usaha. Meningkatnya jumlah wanita yang memilih menjadi wirausaha tidak terlepas dari adanya berbagai faktor pendorong dan penarik baik yang datang dari dalam diri perempuan itu sendiri atau faktor internal, maupun yang datang dari luar atau faktor eksternal.

Menurut Pandi, J.S. (2011), faktor motivasi dianggap sangat penting dalam semua model teoritis kinerja kewirausahaan dan perlu untuk mengidentifikasi apa yang mendorong seorang wanita untuk memulai, mengatur, mengelola bisnis, yang menantang dirinya. Menurut Zhu dan Chu (2010), faktor-faktor yang memotivasi wanita berwirausaha antara lain karena ingin meningkatkan pendapatan, bentuk pembuktian diri, menjadi bos bagi diri sendiri, pemanfaatan pengalaman dan keahlian yang dimiliki, untuk mendapatkan pengakuan, agar selalu memiliki pekerjaan, mendapatkan kepuasan dan pengembangan diri, ingin menyediakan lapangan pekerjaan bagi anggota keluarga, mendapatkan kebebasan, agar lebih dekat dengan keluarga, dan membangun usaha yang dapat dijalankan turun temurun. Sedangkan menurut Jesurajan dan Gnanadhas (2011), perempuan menjadi wirausaha karena beberapa faktor yang dapat dikelompokkan dalam faktor penarik dan faktor pendorong, faktor penarik merujuk pada keinginan dari diri wanita untuk memulai bisnis, dan faktor pendorong dipengaruhi oleh kebutuhan akan keuangan dan keadaan keluarga.

Setelah mengamati fenomena mengenai pertumbuhan jumlah wanita yang berwirausaha di Kota Bandung, melihat fakta-fakta yang mendukung dan melakukan studi literatur, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI WANITA UNTUK MENJADI WIRAUSAHA (STUDI PENGUSAHA WANITA UMKM DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014)”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang memotivasi pengusaha wanita UMKM di Kota Bandung untuk menjadi wirausaha?
2. Faktor apakah yang paling dominan yang memotivasi pengusaha wanita UMKM di Kota Bandung untuk menjadi wirausaha?

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa memotivasi pengusaha wanita UMKM di Kota Bandung untuk menjadi wirausaha.
2. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan yang memotivasi pengusaha wanita UMKM di Kota Bandung untuk menjadi wirausaha.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor apa saja yang memotivasi wanita untuk berwirausaha sehingga dapat berguna pada penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.
2. Bagi Pemerintah
Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan motivasi wanita untuk berwirausaha bagi pemerintah sehingga kedepannya diharapkan ada kebijakan yang dapat membantu menggerakkan wanita untuk menjadi wirausaha melalui penyuluhan dan pelatihan dan kebijakan yang dapat mempermudah wanita untuk masuk ke dalam dunia usaha.
3. Bagi Praktisi
Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai faktor-faktor yang memotivasi wanita untuk berwirausaha bagi pelaku kewirausahaan, seperti para pengusaha maupun badan-badan yang dapat mendukung gerakan kewirausahaan seperti perbankan, badan kredit dan peminjaman dana ataupun komunitas dan asosiasi pengusaha sehingga dapat mendorong pertumbuhan jumlah wirausaha terutama wirausaha wanita.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bagian ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.