

## Dinamika Motivasi Entrepreneur pada Perempuan

Isnaini<sup>1</sup>, Yanladila Yeltas Putra<sup>2</sup>  
Psikologi, Universitas Negeri Padang  
E-mail : [Isnainip57@gmail.com](mailto:Isnainip57@gmail.com)

### Abstrak

Perempuan sudah banyak menjadi *entrepreneur* dan sudah mencapai sekitar 60% dari 4,9 juta *entrepreneur* di Indonesia dengan berbagai alasan namun terdapat beberapa motivasi lainnya. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dinamika motivasi *entrepreneur* pada perempuan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologis melalui observasi dan wawancara. kriteria informan penelitian ini adalah perempuan yang berwirausaha. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi *entrepreneur* pada perempuan mencakup motivasi dari dalam diri yang mencakup keinginan untuk mandiri, keinginan untuk berkuasa, gigih dan mampu melewati tantangan, ingin menciptakan lapangan pekerjaan, ingin berada dekat dengan orang tua dan lingkungan yang mencakup dukungan keluarga, dukungan suami, serta peluang usaha.

**Kata kunci** : motivasi, *entrepreneur*, perempuan

### Abstract

Women are entrepreneurs and already make up about 60% of the 4.9 million entrepreneurs in Indonesia for various reasons but there are several other motivations that caused a women to choose to become an entrepreneur. The purpose of this research is to determine the dynamics of entrepreneurship motivation in women. This research uses qualitative methods using a phenomenological approach through observation and interviews. The criteria for the informants of this research are women who are entrepreneurs. The results of this study indicate that entrepreneurship motivation in women mostly comes from the desire to be independent, persistent and able to overcome challenges, want to create job, want to be close to parents and the environment which includes family support, husband's support, concern, and business opportunities.

**Keywords**: *motivation, entrepreneur, woman*

### PENDAHULUAN

Keadaan perkeekonomian negara akan menjadi tolak ukur kemajuan suatu negara. Suatu negara dikatakan maju jika pembangunan ekonomi telah mampu menyelesaikan masalah kemiskinan, distribusi pendapatan dan mengatasi masalah lapangan pekerjaan yang tidak mampu menyerap para pencari kerja. Pertumbuhan ekonomi bisa terhambat karena tingkat pengangguran tinggi. Menurut data yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus Tahun 2019 berjumlah sekitar 7,05 juta orang dan ini akan terus meningkat setiap tahunnya (Ulya, 2019) . Salah satu cara dalam menangani masalah ini adalah dengan berwirausaha dan menjadi seorang *entrepreneur*. Salah satu penggagas pertumbuhan ekonomi mengemukakan menjadi seorang *entrepreneur* memiliki andil besar dalam pembangunan ekonomi melalui penciptaan inovasi, lapangan kerja serta kesejahteraan. Dunia usaha dibangun oleh pengusaha bisa mendorong perkembangan sektor yang produktif. Semakin banyak negara mempunyai pengusaha, maka pertumbuhan ekonomi negara itu akan semakin tinggi (Schumpeter, 1934) Di Indonesia masih dibutuhkannya sekitar 4 juta *entrepreneur* baru karena menurut data Kementerian Perindustrian menunjukkan rasio *entrepreneur* di Indonesia masih sekitar 3,1% dari populasi penduduk. Levita menyebutkan dengan hadirnya pengusaha akan menciptakan lapangan

kerja baru, mengurangi pengangguran, bisa meningkatkan pendapatan masyarakat, serta meningkatkan produktifitas manusia (Ulya, 2019). *Entrepreneur* adalah orang yang menciptakan sebuah usaha yang mampu mengambil resiko dan menghadapi ketidakpastian dalam mendapatkan keuntungan. Individu yang berwirausaha merupakan individu yang giat dan mampu berinovasi untuk menciptakan barang atau jasa. Dalam berwirausaha dituntut kreatif dalam usahanya serta ia dapat mempertahankan usahanya tersebut dan seorang *entrepreneur* mampu membantu masyarakat yang membutuhkan pekerjaan (Krishna, 2013).

Pada saat ini tidak hanya laki-laki yang bergerak di bidang *entrepreneur* tetapi kaum perempuan juga sudah banyak menggeluti bidang tersebut. Kaum perempuan yang memilih menjadi *entrepreneur* akan cenderung meningkatkan kekuatan perekonomian mereka serta posisi mereka di masyarakat. Dalam dunia *entrepreneur* tidak terbatas oleh jenis kelamin saja, pada saat sekarang karena tekanan ekonomi lebih tinggi dan perempuan menyadari bahwa kelangsungan hidup keluarga mereka tidak hanya terletak pada laki-laki saja (Sangolagi & Alagawadi, 2016). Menurut Nita Yudi Ketua Dewan Pimpinan Pusat Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia pada tahun 2015 *entrepreneur* perempuan berjumlah sekitar 60% dari 49,9 juta *entrepreneur* di Indonesia ini disebabkan karena kondisi ekonomi dan keinginan sendiri untuk mensejahterakan keluarga (Rosmayanti, 2019). Hal ini terjadi karena perempuan mempunyai kesadaran untuk terlibat dalam kehidupan sosial, dunia politik bahkan ekonomi.

Perempuan sudah berfikir bahwa perempuan tidak hanya tinggal dirumah menurut budaya selama ini tetapi mereka juga bisa mengembangkan kreativitas mereka diluar rumah. Perempuan yang memilih menjadi seorang *entrepreneur* adalah perempuan yang memilih menjalankan usaha secara mandiri dan mengelola sendiri usaha tersebut dan dimotivasi oleh faktor pribadi seperti masalah kerja serta biaya hidup yang meningkat (Abeh, Kadiri, & Felicia, 2017). Alasan utama seseorang memilih menjadi *entrepreneur* adalah untuk mendapatkan keuntungan finansial. Tetapi motivasi individu untuk menjadi seorang *entrepreneur* atau wirausaha tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi saja, tetapi juga bisa untuk mendapatkan alasan sosial atau gaya hidup. Orang mempunyai motivasi berbeda dalam kemampuan dan keinginan untuk meraih peluang yang mereka lihat dan menjadi seorang *entrepreneur* atau wirausaha (Yimamu, 2018). Motivasi merupakan proses dimana kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang mengarah pada pencapaian. Individu yang bisa mencapai suatu perilaku tersebut maka kebutuhannya terpenuhi (Munandar, 2001).

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan diatas dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi yaitu perempuan sudah banyak menjadi *entrepreneur* dan sudah mencapai 60% dari 49,9 juta *entrepreneur* di Indonesia dengan berbagai alasan namun terdapat beberapa motivasi lainnya yang menyebabkan seorang perempuan memilih untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Dinamika Motivasi *Entrepreneur* Pada Perempuan".

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Fenomenologis yaitu pemahaman secara mendalam terhadap suatu fenomena yang dialami individu. Pendekatan fenomenologis ini memiliki tujuan untuk menggali dan mengeksplorasi data secara mendalam. Pengumpulan data fenomenologis dilakukan dengan cara menganalisis atau mendeskripsikan hasil wawancara individu yang mengalami fenomena tersebut. Dalam melakukan deskripsi terdiri dari "apa" yang dialami individu dan "bagaimana" individu mengalaminya (Creswell, 2007). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka dalam menelaah, menganalisis dan memahami sikap, perilaku, perasaan bukan pandangan individu atau sekelompok orang (Moleong, 2006). Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2006) penelitian kualitatif adalah prosedural yang menghasilkan suatu data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang didapatkan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantitatif lainnya (Moleong, 2006).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukannya wawancara kepada subjek didapatkan bahwa subjek memiliki dua jenis motivasi dalam menjadi *entrepreneur*. Motivasi subjek dalam menjadi *entrepreneur* bermacam-macam seperti motivasi yang berasal dari dalam dirinya dan motivasi yang berasal dari lingkungan. Motivasi yang berasal dari diri subjek ialah keinginan untuk mandiri, keyakinan akan kemampuan, kegigihan, melewati tantangan, kebutuhan dekat dengan keluarga, ingin berhubungan dekat dengan keluarga, ingin menciptakan lapangan pekerjaan, dan ingin memiliki kekuasaan. Motivasi yang berasal dari lingkungan yaitu, kebutuhan finansial, dukungan keluarga, dukungan suami, dan peluang saingan usaha.

### Pembahasan

Pada hasil wawancara subjek termotivasi oleh motivasi intrinsik (keinginan sendiri) dan ekstrinsik (lingkungan) dalam menjadi seorang *entrepreneur*. Menurut Ryan dan Deci (2000) motivasi intrinsik ini adalah keinginan dari dalam diri untuk melakukan suatu kegiatan untuk mendapat kepuasan. Ketika secara intrinsik seseorang tergerak untuk bertindak demi mendapatkan kesenangan. Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah yang berkaitan dengan melakukan suatu perilaku dikarenakan faktor lain bukan karena keinginan atau ingin mendapat kepuasan untuk mencapai suatu perilaku. Subjek pada penelitian ini mewujudkan kedua jenis motivasi ini dalam menjadi *entrepreneur*.

Motivasi intrinsik (keinginan sendiri) ini yang pertama mencakup tema *Keinginan mandiri*, jenis motivasi ini yaitu kemunculan perilaku didasarkan oleh keinginan subjek untuk mandiri. Subjek menyatakan bahwa ia memiliki keinginan sendiri dalam menjadi *entrepreneur* meskipun seorang ibu rumah tangga dan ingin mandiri dengan kemampuan yang subjek miliki. Sejalan dengan penelitian Irawati dan Sudarsono (2018) mengatakan bahwa salah satu hal yang memotivasi perempuan menjadi seorang *entrepreneur* salah satunya adalah keinginan untuk mandiri, apabila dapat melakukan keinginan tanpa bergantung pada orang lain akan mendapat kepuasan. Keinginan untuk mandiri ialah suatu kemampuan untuk mengandalkan diri sendiri dan keinginan untuk menciptakan lapangan pekerjaan tanpa ketergantungan pada orang lain (Rizal et al., 2016).

Tema kedua adalah *keinginan untuk berkuasa*, subjek memiliki keinginan untuk menjadi seorang atasan dan memiliki bawahan meskipun harus memulai usaha dari awal. Sejalan dengan teori motivasi McClelland dan Koestner ( dalam Ncube & Zondo, 2018) bahwa individu memiliki kebutuhan untuk berkuasa, ini dapat membuat orang berperilaku sesuai keinginan atau dengan cara yang mereka mau. Dengan kata lain, individu yang tinggi dalam hal ini membutuhkan kekuasaan sehingga dapat memaksa tindakan orang lain. Tema ketiga adalah *keyakinan akan kemampuan*, tema ini menjadi salah satu motivasi subjek dalam menciptakan usahanya ini karena subjek memiliki hobi dalam membuat kue dan memiliki skill dalam membuat kue. Meskipun subjek seorang ibu rumah tangga subjek yakin hobi yang dimilikinya bisa membantu usaha yang didirikannya. Salah satu karakteristik seorang *entrepreneur* adalah percaya dengan kemampuan yang dimilikinya dan hal tersebut akan menjadi faktor kesuksesannya (Zimmerer, 2008).

Tema keempat *Kegigihan dan melewati tantangan* adalah salah satu sifat subjek yang dimiliki dalam dirinya untuk berwirausaha, ini ditunjukkan dalam keinginan subjek untuk membayar uang yang dipinjam kepada orang tuanya untuk modal usaha pertama kali dan subjek bisa melunasi pinjaman itu dalam jangka 2 tahun setelah menjalankan usahanya. Sifat gigih dalam melakukan sesuatu adalah salah satu motivasi untuk menjadi seorang *entrepreneur*, satu-satunya cara melakukan pekerjaan adalah dengan cara mencintai pekerjaan tersebut dan pasti akan melakukan itu dengan gigih (Yimamu, 2018).

Tema kelima yaitu *memiliki kebutuhan dekat dengan keluarga*, subjek tidak ingin jauh dari orang tua dan subjek ingin sekali seminggu menjenguk orang tua dan rumah masa kecilnya di kampung karena menurut subjek anak perempuan mempunyai kewajiban pulang kerumah masa kecilnya dan menjaga rumah serta orang tua. Subjek memiliki hubungan baik dan lumayan dekat dengan karyawan-karyawannya di dua toko yang dimilikinya. Subjek seorang perempuan juga

membuat kedekatan lebih cepat dengan karyawan yang semua karyawannya juga seorang perempuan. Menurut teori motivasi McClelland dan Koestner ( dalam Ncube & Zondo, 2018) kebutuhan berafiliasi atau bersahabat menunjukkan seseorang bermotivasi untuk berhubungan dekat dengan orang lain. Motivasi untuk berafiliasi adalah kebutuhan untuk bisa berhubungan pribadi dengan ramah dan akrab. Seseorang selalu mempertahankan hubungan yang dibina dengan orang lain.

Tema ketujuh *ingin menciptakan lapangan pekerjaan* bagi yang membutuhkan. Keinginan dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain juga termasuk faktor pendorong perempuan dalam menjadi *entrepreneur*, seorang *entrepreneur* mampu menciptakan pekerjaan untuk beberapa tenaga kerja bahkan sampai ribuan pekerjaan (Irawati & Sudarsono, 2018). Tema kedelapan ialah *dukungan keluarga*, dukungan orang tua dan saudara subjek memberi dukungan saat subjek berdiskusi tentang keinginannya untuk berwirausaha dan keluarga subjek memberi dukungan penuh kepadanya untuk mendirikan usaha toko kue ini perihal subjek juga memiliki kemampuan dalam membuat kue. Menurut Irawati dan Sudarsono (2018) dorongan keluarga juga menumbuhkan seorang perempuan untuk mengambil suatu keputusan dalam menjadi *entrepreneur* salah satunya dukungan orang tua karena orang tua berfungsi untuk konsultan pribadi bagi seseorang.

Tema kesembilan *dukungan suami* juga berpengaruh dalam usaha yang dijalankan subjek ini, sebelum menciptakan usaha ini subjek terlebih dahulu mendiskusikan dengan suaminya dan suami subjek setuju. Dalam menyelesaikan masalah yang pernah subjek hadapi saat itu, salah satu masalahnya yaitu subjek pernah ditipu dalam orderan kue nya subjek dibantu oleh suaminya dalam menyelesaikan masalah itu. Suami subjek peduli terhadap masalah yang pernah subjek alami seperti pernah kena tipu, suami subjek juga membantunya dalam memberikan solusi terhadap masalah yang subjek alami dalam usahanya ini. Suami subjek sangat memberi dukungan kepada subjek dalam usaha ini. Subjek memiliki komunikasi yang baik dengan suami dalam mengurus anak, meskipun suami sibuk bekerja suaminya masih sempat membantu subjek menjemput anak mereka pulang sekolah dan mengantarkannya kerumah. Dukungan yang diperoleh dari pasangan seperti bantuan berupa tenaga, memberi nasehat, serta memahami kondisi pasangan bisa mengurangi beban masalah yang terjadi (Kim & Ling, 2001).

Tema kesepuluh adalah *melihat peluang usaha*, subjek menyatakan bahwa sebelum subjek mendirikan usaha ini subjek terlebih dahulu melihat apakah peluang usaha kue ini bagus atau tidak di daerah ini, ketika usaha kue ini tidak ada di daerah ini maka subjek memutuskan untuk mendirikan usaha kue ini di daerah padang pariaman karena usaha kue ini jarang ada dan subjek berfikir bahwa usaha ini akan berjalan lancar karena saingan sedikit. Menurut penelitian Harmain,dkk (2014) lingkungan tempat *entrepreneur* mendirikan usaha termasuk lingkungan baik maka seorang *entrepreneur* akan bisa memanfaatkan keadaan untuk mengembangkan usaha.

## SIMPULAN

Motivasi yang muncul pada seorang perempuan yang menciptakan usahanya adalah motivasi yang berasal dari dalam diri yang berupa keinginan mandiri, gigih dan mampu melewati tantangan, ingin menciptakan lapangan pekerjaan, serta ingin berada dekat dengan keluarga. Dan motivasi yang berasal dari lingkungan seperti dukungan keluarga, dukungan suami, dibantu suami, bekerjasama dengan suami serta peluang usaha. Berdasarkan penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa motivasi *entrepreneur* pada perempuan bermacam-macam seperti motivasi dari dalam diri dan lingkungan juga memotivasi seorang perempuan dalam menjadi *entrepreneur*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abeh, A., Kadiri, U., & Felicia, O. A. (2017). *Family Factors and Women Entrepreneurial Motivation in Nigeria : A Survey of Selected Women Entrepreneurs in Kogi State*. 7(11).
- Creswell, John, W., Vicki L. Plano Clark. 2007. *Designing and Mixed Methods Research*. Thousand. Oaks: SAGE Publications.

- Harmain, U., Hartono, S., W, L. R., & H.D, D. (2014). *Motivasi, persepsi dan Konflik Peran Pekerjaan-Keluarga Entreprenur Perempuan daerah Istimewa Yogyakarta*. XVII(1), 67–76.
- Irawati, S. A., & Sudarsono, B. (2018). *Analisa Faktor-Faktor Yang Memotivasi Perempuan*. 6(2), 1–14.
- Kim, J. L. S & Ling. C. S. (2001). Workfamily conflict of women entrepreneurs in singapore women in *Management Review*, 16, (5/6), 204-221.
- Krishna, S. M. (2013). *Entrepreneurial Motivation A Case Study of Small Scale Entrepreneurs In Mekelle ,Ethiopia*. 2(1), 1–6.
- Moleong, 2005. *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI.
- Ncube, T. R., & Zondo, R. W. D. (2018). Influence of self-motivation and intrinsic motivational factors for small and medium business growth: A South African case study. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 21(1), 1–7. <https://doi.org/10.4102/sajems.v21i1.1994>.
- Rizal, M., Setianingsih, D., & Chandra, R. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wanita Berwirausaha (Studi Kasus di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 525–534.
- Rosmayanti, D. R. (2019). *Jumlah Pengusaha Perempuan Meningkat*. Jakarta.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Sangolagi, K., & Alagawadi, M. (2016). Women Entrepreneurs. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 3(1), 173–192. <https://doi.org/10.1177/0266242608100489>
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development – An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. *Journal Of Comparative Research In Anthropology And Sociology*, 51(4), 654–655. <https://doi.org/10.1080/00343404.2017.1278975>
- Ulya, F. N. (2019a). *BPS: Pengangguran Meningkat, Lulusan SMK Mendominasi*. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2019/11/05/155358926/bps-pengangguran-meningkat-lulusan-smk-mendominasi>
- Ulya, F. N. (2019b). *Indonesia Masih Butuh 4 Juta Entrepreneur Baru*. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2019/09/05/133622826/indonesia-masih-butuh-4-juta-entrepreneur-baru?page=all>
- Yimamu, N. (2018). *Entrepreneurship and Entrepreneurial Motivation*. *Global Strategy*, (April), 128–129. Retrieved from <http://amzn.com/1133964613>.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008) *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil* (Buku 1, Edisi 5 terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.