

ENTREPRENEURSHIP AND GENDER: A STUDY FROM THE PERSPECTIVES OF SOCIO-CULTURAL AND PSYCHOLOGY

Tri Wulida Afrianty¹

¹Business Administration Department, Faculty of Administrative Science,
Universitas Brawijaya, Indonesia
E-mail : twulidafia@ub.ac.id¹

ABSTRACT

This study aims to explore the driving factors and challenges associated with women entrepreneurship in Indonesia, specifically in East Java. This study examines these factors from the socio-cultural (including the possible role of religion) and psychology perspectives. Theoretical sampling and maximum variation sampling techniques are used to determine the research sample (participant / informant). A total of 25 female entrepreneurs who own micro, small and medium businesses/ MSMEs in East Java participated in this research. The results of this study show that family factors and religious beliefs possessed by informants greatly influence their decision to become an entrepreneur. Moreover, this study also shows that the determination, the courage to take risks, the ability to find opportunities, be innovative, believe in one's own abilities and persuasive abilities are several characters that are believed to be crucial as a provision to be an entrepreneur. In addition, the results of this study are in line with the Sociological Theory of Entrepreneurship, the Feminist Theory of Entrepreneurship, and the Psychological Theory of Entrepreneurship.

Keywords : Entrepreneurship, Gender, Socio-Cultural, Psychology, MSMEs

KEWIRAUSAHAAN DAN GENDER: SEBUAH STUDI DARI PERSPEKTIF SOSIAL BUDAYA DAN PSIKOLOGI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor pendorong serta tantangan yang terkait dengan kewirausahaan wanita di Indonesia, khususnya di daerah Jawa Timur. Penelitian ini menelaah faktor-faktor tersebut dari perspektif sosial budaya (termasuk kemungkinan peran agama) dan psikologi. Teknik *theoretical sampling* dan *maximum variation sampling* dipergunakan untuk menetapkan sampel (partisipan/informan) penelitian. Sejumlah 25 orang wirausaha wanita pemilik usaha berskala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah Jawa Timur dijadikan partisipan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor keluarga serta ajaran agama yang dimiliki oleh informan sangat mempengaruhi keputusannya untuk berwirausaha. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keteguhan sikap, berani mengambil resiko, kemampuan untuk membaca peluang, inovatif, percaya pada kemampuan diri sendiri serta kemampuan persuasif merupakan hal yang diyakini penting sebagai bekal yang harus dimiliki untuk menjadi seorang wirausaha. Hasil penelitian ini mendukung teori kewirausahaan *Sociological*, *Feminist*, dan *Psychological*.

Kata kunci : Kewirausahaan, Gender, Sosial Budaya, Psikologi, UMKM

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh individu untuk mencari peluang tanpa dibatasi oleh sumberdaya yang dimiliki saat ini (Stevenson & Jarillo, 1990). Kewirausahaan juga dapat didefinisikan sebagai seni untuk mengidentifikasi peluang serta mengimplementasikan ide ke dalam praktek, yang hal ini membutuhkan kreativitas dan keberanian untuk mengambil resiko (Ireland & Web, 2007). Ketertarikan akademisi serta publikasi terkait studi gender dalam konteks kewirausahaan dewasa ini telah menunjukkan perkembangan yang signifikan di seluruh penjuru dunia, terutama di negara Barat (Marlow, 2014). Hal ini salah satunya disebabkan oleh meningkat tajamnya jumlah wirausaha wanita secara global. Sejumlah 25% dari bisnis di seluruh dunia dimiliki oleh wanita, bahkan 38% bisnis di Amerika dimiliki oleh wanita (Teoh & Chong, 2014). Riset mengenai topik kewirausahaan wanita menunjukkan masih pentingnya untuk menganalisis bagaimana gender mempengaruhi wirausaha wanita dalam menjalankan usahanya (Kirkwood, 2016; *European Institute for Gender Equality/ EIGE*, 2017). Namun, terlepas dari meningkatnya bahasan kewirausahaan wanita secara global, riset mengenai topik ini, khususnya tentang motivasi dan tantangan wanita Indonesia untuk menjadi seorang wirausaha masih terbatas (Tambunan, 2017). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi faktor-faktor pendorong sekaligus penghambat serta tantangan terkait kewirausahaan di kalangan wanita Indonesia serta langkah yang dilakukan untuk mengatasi tantangan tersebut.

Disamping sebagai upaya untuk merespon keterbatasan penelitian dan publikasi tentang kewirausahaan wanita di Indonesia, penelitian tentang kewirausahaan wanita pada konteks Indonesia dirasa penting. Hal ini diantaranya disebabkan oleh pertama, berdasarkan laporan dari *Global Entrepreneurship Monitor/ GEM* (2019), jumlah wirausaha wanita di Indonesia, baik yang memiliki bisnis pada fase awal (*early stage entrepreneurship activity*) maupun pada fase yang telah matang (*established business*) berada di atas rata-rata jumlah wirausaha wanita pada tahap bisnis yang sama di wilayah Asia.

Lebih lanjut dilaporkan bahwa, setidaknya 43 % usaha berskala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) formal di Indonesia dimiliki oleh wanita. Berdasarkan survei Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada akhir 2016, UMKM berkontribusi sebesar 60,34 % terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Folia, 2019). Hal ini secara tidak langsung mengimplikasikan peran penting UMKM dan wirausaha wanita dalam perekonomian Indonesia. Terkait peran penting wirausaha wanita dalam perekonomian Indonesia, Bank Indonesia menyebutkan bahwa pada tahun 2017 wirausaha wanita Indonesia memberikan kontribusi sebesar 9,1% terhadap PDB nasional (Trihendrawan, 2019). Tidak menutup kemungkinan bahwa kontribusi tersebut mengalami peningkatan di tahun 2020 ini sebagaimana yang diprediksi bahwa jumlah wirausaha wanita di Indonesia terus meningkat secara signifikan hingga 8% setiap tahunnya (Asia Foundation, 2013).

Alasan kedua adalah, keunikan Indonesia sebagai salah satu negara yang diakui sangat religius dengan populasi muslim terbesar di dunia. Dalam sebuah negara yang religius, seperti Indonesia, agama merupakan hal yang fundamental dan memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap cara masyarakatnya, tidak terkecuali wanita, dalam memberikan makna pada hidupnya (Colbran, 2010; Afrianty, Issa, & Burgess 2015). Hal ini menjadikan Indonesia memiliki karakteristik yang unik terkait dengan kewirausahaan yang masih perlu untuk dieksplorasi. Hasil penelitian terkait dengan kewirausahaan wanita terutama di negara Barat belum tentu dapat diaplikasikan pada konteks Indonesia, sehingga masih dirasa perlu untuk diteliti. Penelitian ini mencoba menelaah faktor-faktor pendorong sekaligus tantangan wirausaha wanita dari perspektif sosial budaya (termasuk kemungkinan peran agama) dalam kewirausahaan wanita di Indonesia (khususnya di daerah Jawa Timur) serta dari perspektif psikologi. Kedua perspektif ini dipilih untuk menjelaskan fenomena kewirausahaan wanita Indonesia karena kedua perspektif tersebut memiliki relevansi yang sangat kuat dengan konteks kewirausahaan (Dutta, 2016; Thornton et al., 2011), termasuk pada konteks

kewirausahaan wanita (Anggadwita *et al.* 2017; Loh & Dahesihsari, 2013). Selain itu, peran faktor sosial dan budaya dalam perkembangan kewirausahaan masih kurang dibahas dalam literatur. Sampai saat ini, kewirausahaan lebih banyak dikaji dari perspektif ekonomi (Dutta, 2016; Thornton *et al.*, 2011).

Alasan pemilihan daerah Jawa Timur sebagai lokasi penelitian ini adalah karena berdasarkan survei industri mikro kecil tahun 2018 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Provinsi Jawa Timur menduduki posisi tertinggi ke-2 di Indonesia dalam hal jumlah usaha mikro dan kecil di Indonesia. Selain itu, sampai dengan tahun 2015, persentase wirausaha wanita di daerah Jawa Timur terbilang tinggi, hampir sebanding dengan persentase wirausaha laki-laki yang mengelola usaha mikro dan kecil di Jawa Timur, yaitu sebesar 44,83%. Persentase ini bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan persentase wirausaha wanita yang mengelola usaha mikro dan kecil di Indonesia yang berjumlah 41,99% (BPS, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi yang menarik dan relevan untuk dijadikan lokasi penelitian tentang wirausaha wanita Indonesia.

Berdasarkan latar belakang penelitian, dengan menggunakan perspektif sosial budaya dan psikologi, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apakah yang mendorong wanita Indonesia untuk menjadi seorang wirausaha?
2. Tantangan apakah yang dihadapi oleh para wirausaha wanita Indonesia dalam memulai serta mengembangkan usahanya?
3. Bagaimana cara wirausaha wanita Indonesia mengatasi tantangan tersebut?
4. Apakah karakter individu memiliki peran dalam kesuksesan seorang wirausaha wanita?

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh individu untuk mencari peluang tanpa dibatasi oleh sumberdaya yang dimiliki saat ini (Stevenson & Jarillo, 1990). Kewirausahaan juga dapat didefinisikan sebagai

seni untuk mengidentifikasi peluang serta mengimplementasikan ide tersebut kedalam praktek, dan hal ini membutuhkan kreativitas dan keberanian untuk mengambil resiko (Ireland & Webb, 2007). Menurut Barringer dan Ireland (2010), terdapat 3 (tiga) alasan utama individu untuk menjadi seorang wirausaha, yaitu agar dapat menjadi pimpinan bagi dirinya sendiri, agar dapat melaksanakan ide yang dimilikinya, serta untuk memperoleh *reward* secara finansial (penghasilan).

Agar dapat menjadi seorang wirausaha yang sukses, terdapat beberapa hal yang harus dimiliki diantaranya adalah ketertarikan yang tinggi (*passion*) terhadap bisnis, fokus terhadap produk/konsumen, serta sikap tidak pantang menyerah karena kegiatan bisnis secara alamiah memiliki kemungkinan/resiko kegagalan yang relatif tinggi (Barringer & Ireland, 2010). Beberapa teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan kewirausahaan adalah *Sociological Theory of Entrepreneurship*, *Feminist Theory of Entrepreneurship*, dan *Psychological Theory of Entrepreneurship*.

1. *Sociological Theory of Entrepreneurship*

Sociological Theory of Entrepreneurship menekankan peran sosial budaya terhadap kewirausahaan. Menurut Max Weber dalam Loh & Dahesihsari (2013), agama telah menjadi pendorong terbesar bagi perkembangan kewirausahaan. Ditegaskan bahwa *work ethics* yang berdasarkan ajaran Kristen Protestan telah menjadi 'jiwa' bagi *capitalism*. Menurut McClelland (1961), kewirausahaan ditumbuhkan dalam sebuah masyarakat yang berorientasi pada pencapaian yang tinggi serta memiliki iklim budaya dan sosiologi yang kuat. Sebagai contoh, beberapa penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah di sebuah negara yang memberikan dukungan kuat terhadap kewirausahaan dalam bentuk pemberian subsidi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tumbuhnya wirausaha di negara tersebut (Galvin, 1978). Terkait dengan hal ini juga, Shapero dan Sokol (1982) menegaskan bahwa masyarakat yang meyakini atau memberikan nilai yang tinggi terhadap kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap perkembangan kewirausahaan di masyarakat tersebut.

Dalam konteks kewirausahaan wanita Indonesia, faktor sosial budaya pun diyakini memiliki peran yang signifikan. Contohnya, wanita yang sudah menikah, berdasarkan ajaran Islam, wajib berbakti kepada suaminya. Salah satu bentuk bakti ini diantaranya adalah wanita tidak diperbolehkan ke luar rumah (termasuk untuk bekerja) tanpa memperoleh izin dari suaminya (Erianti, 2011). Sejalan dengan hal ini, beberapa institusi finansial di Indonesia, bahkan institusi yang sifatnya independen mensyaratkan adanya tanda tangan suami (yang dapat diasumsikan sebagai izin suami) dalam berkas permohonan pinjaman dana usaha seorang wanita yang telah menikah (Prakasa, 2019).

2. *Feminist Theory of Entrepreneurship*

Menurut Hurley (1999), *Feminist Theory of Entrepreneurship* memiliki tiga asumsi utama. Asumsi pertama adalah pengetahuan tentang kewirausahaan dibentuk melalui kondisi sosial dan pihak yang berwenang. Asumsi kedua adalah gender merupakan sebuah konstruk sosial yang mempengaruhi perilaku individu, serta sistem nilai yang berlaku di dalam sebuah masyarakat. Asumsi ketiga adalah ketidaksetaraan gender terdapat pada setiap masyarakat. Disamping ketiga asumsi tersebut, teori ini juga menekankan bahwa terlepas dari hambatan sosial, budaya dan politik yang berlaku di masyarakat, perubahan yang sifatnya positif dapat dilakukan oleh wanita, (Calas & Smircich, 1992).

3. *Psychological Theory of Entrepreneurship*

Psychological Theory of Entrepreneurship menekankan pentingnya karakteristik psikologis dalam kewirausahaan. Menurut Schumpeter (1993), seorang wirausaha adalah individu yang memiliki intuisi untuk melakukan hal yang benar tanpa terlalu banyak melakukan analisis situasi atau terlalu banyak pertimbangan. Seorang wirausaha juga memiliki kemampuan yang tinggi untuk menciptakan sesuatu yang baru serta mengatasi keraguan yang muncul dari dirinya sendiri maupun dari lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, dari perspektif psikologi, salah satu sifat yang penting untuk dimiliki oleh seseorang wirausaha adalah sifat yang dapat membantu dirinya untuk mengatasi kesulitan dan ketidakpastian (Loh & Dahesihari, 2013). Sebagai contoh, studi

mengenai kewirausahaan dari perspektif psikologi ini telah mencoba menganalisis peran karakteristik individu terhadap keberhasilan individu tersebut dalam berwirausaha (Brockhaus, 1982).

Walaupun beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa seorang wirausaha tidak dilahirkan, atau tidak berbeda secara genetik dengan individu lainnya (*non-entrepreneur*), tetapi secara psikologis, terdapat beberapa sifat, keperibadian dan karakteristik individu yang secara umum terkait dengan seorang wirausaha (Barringer & Ireland, 2010). Karakter tersebut terbentuk seiring perjalanan waktu serta dapat dipengaruhi oleh pengalaman serta lingkungan sosial tempat individu tersebut tumbuh dan banyak menghabiskan waktunya untuk berinteraksi. Beberapa karakteristik tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Sifat dan Keperibadian yang Umumnya dimiliki oleh Seorang Wirausaha

Termotivasi oleh pencapaian/keberhasilan	Optimis
Mampu melihat peluang	Memiliki kemampuan persuasi
Kreatif	Memiliki kemampuan untuk membangun sumberdaya
Memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan secara cepat (<i>Decisive</i>)	Memiliki kepercayaan diri yang tinggi
Memiliki energi yang tinggi (<i>Energetic</i>)	Memiliki visi yang kuat (<i>Visionary</i>)
Memiliki semangat kerja yang tinggi	Mampu menghadapi situasi yang ambigu
Memiliki kemampuan untuk membangun <i>networking</i>	Berani mengambil resiko

Sumber: Barringer & Ireland (2010)

4. *Integrasi Sociological, Feminist, dan Psychological Theory of Entrepreneurship*

Agar dapat lebih memahami pengalaman seorang wirausaha wanita Indonesia dalam memulai serta mengembangkan bisnisnya, sangat penting untuk mempertimbangkan peran sosial, budaya (termasuk agama) dan psikologi yang berpotensi untuk mempengaruhi keputusan seorang wanita untuk berwirausaha sekaligus mempengaruhi keberhasilan wanita tersebut dalam berwirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan *Sociological, Feminist* dan *Psychological Theory of Entrepreneurship* untuk menjawab permasalahan penelitian. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa kemampuan berwirausaha seorang wanita dipengaruhi oleh faktor yang kompleks yang diantaranya meliputi aspek personal, sosial dan budaya (Brush, 1992; Loh & Dahesihsari, 2013).

Kewirausahaan di Indonesia

Berdasarkan survei penduduk antar sensus (Supas) tahun 2015, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 diproyeksikan mencapai 270 juta orang, dan 134,27 juta orang diantaranya adalah wanita (Kusnandar, 2019). Dengan jumlah populasi penduduk yang relatif tinggi ini, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan sektor wirausaha, tidak terkecuali bagi wanita. Menurut Ratten (2014), sektor wirausaha merupakan salah satu faktor pendukung ekonomi yang sangat penting di negara berkembang, termasuk Indonesia. Hingga akhir tahun 2017, jumlah wirausaha di Indonesia telah mencapai 3.1% dari total populasi penduduk Indonesia (Siregar, 2020). Dari keseluruhan jumlah wirausaha Indonesia tersebut, lebih kurang 23 % diantaranya adalah wirausaha wanita dan jumlah tersebut ditengarai terus meningkat secara signifikan mencapai 8% setiap tahunnya (Asia Foundation, 2013; Trihendrawan, 2019).

Perkembangan wirausaha wanita di Indonesia turut memberi kontribusi terhadap perkembangan usaha berskala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, meningkatkan kemampuan nasional untuk meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB), dan menciptakan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (Anggadwita *et al.* 2017). Terkait dengan pengaruh wirausaha wanita terhadap

UMKM di Indonesia, berdasarkan data dari Kemenkop UKM RI, setidaknya 43 % dari UMKM di Indonesia dijalankan oleh wanita. Dalam hal tenaga kerja, Menteri Keuangan RI, Sri Mulyani menyatakan bahwa UMKM di Indonesia mampu menyerap 96% dari total jumlah tenaga kerja Indonesia (Fauzia, 2018).

Menurut UU No. 20, tahun 2008, pasal 6, kriteria usaha mikro, kecil dan menengah adalah seperti yang terdapat pada tabel 2.

Tabel 2. Kriteria UMKM

Kriteria	Jumlah Kekayaan Bersih (Rupiah)	Jumlah Penghasilan Per Tahun (Rupiah)
Usaha Mikro	≤50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha	≤ 300.000.000
Usaha Kecil	>50.000.000 sampai dengan ≤500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha	>300.000.000 sampai dengan ≤2.500.000.000
Usaha Menengah	>500.000.000 sampai dengan ≤ 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan usaha	> 2.500.000.000 sampai dengan ≤ 50.000.000.000

Sumber: UU No. 20 (2008)

Selain itu, dalam pasal 4 dan pasal 5 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, prinsip dan tujuan pemberdayaan UMKM adalah:

Pinsip

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
2. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan;
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM;

4. Peningkatan daya saing UMKM;
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu

Tujuan

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan;
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dan kemiskinan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *interpretivist* dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk mendapatkan data yang mendalam terkait permasalahan penelitian. Disain penelitian ini tergolong dalam *phenomenological research* yaitu penelitian yang mendeskripsikan pengalaman individu yang menjadi partisipan penelitian terkait fenomena yang diteliti (dalam hal ini fenomena kewirausahaan yang dijalankan oleh wanita). Deskripsi tersebut merupakan kulminasi dari pengalaman partisipan penelitian yang terkait fenomena yang diteliti. Disain penelitian ini didasarkan atas filosofi yang kuat serta utamanya dilakukan dengan *interview/ wawancara* (Giorgi, 2009; Creswell, 2014).

Populasi dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wirausaha wanita yang berlokasi di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Yang dimaksud dengan wirausaha wanita dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM yang berdomisili di Jawa Timur dan *home-based* bisnisnya berada di daerah Jawa Timur dengan kategori jenis usaha yang beragam. *Theoretical sampling* dipergunakan untuk menetapkan sampel (partisipan/informan) dalam penelitian ini. *Theoretical sampling* menekankan pada pemilihan partisipan yang memiliki karakteristik yang relevan dengan fenomena sosial yang diteliti (Glaser dan Strauss, 1967).

Selain menggunakan *theoretical sampling*, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *maximum variation sampling technique* (Gray, 2004; Lindlof and Taylor, 2002). Prinsip umum dari teknik pengambilan sampel ini adalah memilih partisipan yang merepresentasikan variasi yang besar dari beberapa aspek, misalnya dalam konteks penelitian ini diantaranya adalah variasi dalam segi demografi dan jenis usaha. Teknik ini sesuai untuk jumlah sampel yang kecil serta kurangnya informasi tentang populasi penelitian (Patton, 1990). Penggunaan *maximum variation sampling technique* dalam penelitian ini dirasa sesuai dengan konteks penelitian ini yang menggunakan pendekatan kualitatif sehingga membutuhkan jumlah sampel yang kecil. Disamping itu, informasi yang reliabel mengenai populasi wirausaha wanita di Jawa Timur, kurang tersedia (misal mengenai jumlah).

Partisipan/Informan Penelitian

Sejumlah 25 (dua puluh lima) orang wirausaha wanita pemilik UMKM dijadikan partisipan/informan dalam penelitian ini. Informan tersebut mewakili wirausaha wanita di 5 kota di Provinsi Jawa Timur (yaitu: Surabaya, Malang, Probolinggo, Madiun, dan Batu) dan 2 kabupaten di Jawa Timur (yaitu: Sidoarjo dan Jombang). Para wanita tersebut diwawancarai secara langsung (*face to face*) maupun melalui telepon secara mendalam (*in-depth interview*). Untuk menjamin validitas data, penelitian ini tidak hanya memperoleh data melalui wawancara, melainkan dibarengi dengan observasi terhadap kegiatan bisnis yang dijalankan oleh informan. Observasi yang dilakukan peneliti diantaranya adalah mengamati media sosial yang digunakan oleh informan untuk mendukung kegiatan bisnisnya.

Strategi Analisis Data

Untuk menjamin akurasi percakapan (wawancara) antara peneliti dan partisipan, seluruh wawancara direkam (*audio recording*) atas persetujuan partisipan. Hasil rekaman kemudian dibuat menjadi naskah teks/ transkrip (*transcribing*) untuk kemudian dianalisis dengan menggunakan *inductive analysis* (analisis induktif) dan *deductive analysis* (analisis deduktif). Analisis induktif dilakukan dengan mengorganisasikan data mentah yang diperoleh

dari wawancara yang telah dijadikan transkrip wawancara ke dalam unit-unit informasi hingga terbentuk sekumpulan tema-tema yang komprehensif. Sedangkan pada analisis deduktif peneliti melihat kembali data yang telah dimiliki sesuai dengan tema-tema (yang dihasilkan dari analisis induktif) untuk kemudian ditentukan/dianalisis apakah masih dibutuhkan data tambahan lagi untuk mendukung tema-tema yang telah ada. Dengan kata lain, analisis data dimulai secara induktif yang kemudian dilanjutkan secara deduktif untuk membuat analisis menjadi lebih komprehensif. Proses ini dilakukan secara berulang hingga informasi yang terkait dengan topik penelitian menjadi *saturated* (jenuh) dan informasi telah mampu menjelaskan/menjawab permasalahan penelitian. Proses analisis data ini sejalan dengan analisis data pada penelitian kualitatif yang disarankan oleh Creswell (2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terkait dengan rumusan permasalahan dalam penelitian ini, hasil wawancara dikelompokkan menjadi 2 tema besar yaitu:

1). Peran sosial budaya yang mempengaruhi keputusan/mendorong wanita Indonesia untuk berwirausaha serta mempengaruhi keberhasilan wanita tersebut dalam berwirausaha. Tantangan yang dihadapi serta cara wirausaha wanita Indonesia dalam mengatasi tantangan tersebut juga akan dijelaskan pada peran sosial budaya ini. Sehingga, rumusan masalah 1, 2, dan 3 akan terjawab pada tema peran sosial budaya.

2). Peran faktor psikologi (dalam hal ini karakter individu) yang mempengaruhi keberhasilan wanita tersebut dalam berwirausaha. Penyajian hasil wawancara beserta pembahasan dalam tema ini akan menjawab rumusan masalah ke-4 dalam penelitian ini.

Adapun deskripsi hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sosial Budaya

a. Faktor-faktor yang mendorong wanita Indonesia untuk berwirausaha

Salah seorang informan yang memiliki usaha penjualan perhiasan (emas) di Kota Probolinggo menyatakan bahwa suami adalah pihak yang pertama kali menyarankan informan

tersebut untuk berwirausaha, seperti yang disampaikannya: “alasan berbisnis tentu awalnya dari dorongan suami, karena suami saya seorang pengrajin di bidang emas dan perak yang setiap bulannya dikerjakan dan disetorkan ke daerah Bali, dari situ kita berfikir bahwa alangkah baiknya membuka peluang usaha dengan menjual hasil kerajinan dari tangan suami untuk dipasarkan di daerah kami” Informan tersebut juga semakin tertarik untuk berwirausaha disebabkan oleh faktor agama/keyakinannya. Secara khusus, informan tersebut menyatakan: “yang menjadikan saya semakin semangat menjadi seorang pedagang adalah baginda Nabi Muhammad SAW karena beliau mencari nafkah juga dengan cara berdagang”. Informan lainnya yang memiliki usaha makanan ringan di Kota Malang mengatakan: “agama, mengajarkan berdagang itu baik karena mencari rezeki halal dan membuka lapangan usaha untuk orang lain”

Serupa dengan informan lainnya, salah seorang informan penelitian ini yang menggeluti usaha garmen di Kota Malang menyatakan bahwa faktor keluarga serta keyakinan (agama) juga menjadi pendorong utama baginya untuk berwirausaha. Informan ini menyatakan bahwa alasan utamanya mendirikan usaha sendiri adalah agar memiliki lebih banyak waktu untuk bersama/mengurus keluarga, terutama anak. Dijelaskan oleh informan tersebut bahwa sebelum dirinya berwirausaha, dirinya adalah seorang karyawan pada sebuah bank ternama di Kota Malang dengan posisi yang relatif tinggi. Namun, informan tersebut merasa bahwa posisinya sebagai seorang karyawan di Bank tersebut tidak memungkinkan dirinya untuk meluangkan cukup waktu untuk keluarganya (anak dan suami) sebagai seorang Ibu dan sekaligus seorang istri. Hal inilah yang kemudian mendorong informan tersebut untuk membuka usaha sendiri dan keluar dari pekerjaannya sebagai karyawan Bank yang telah sangat banyak menyita perhatian dan waktunya. Keputusan untuk keluar dari pekerjaan dan kemudian berwirausaha tersebut sejalan dengan nilai-nilai agama yang diyakini oleh informan yang bersangkutan serta nilai-nilai keluarganya yang menghendaki kodrat utama seorang wanita adalah sebagai ibu yang tugas pokoknya adalah

mengurusi keluarga, bukan menekankan pada peran wanita sebagai wanita karir yang bekerja di luar rumah. Alasan lainnya adalah karena informan tersebut termotivasi oleh pengalaman dan kesuksesan anggota keluarganya yang telah lama berwirausaha.

Selain karena dorongan anggota keluarga maupun faktor agama (keyakinan), beberapa informan lainnya juga mengatakan bahwa kebutuhan ekonomi menjadi pendorong utama bagi mereka untuk berwirausaha. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan yang menjalankan usaha catering di Kabupaten Sidoarjo: "Banyak hal yang bikin *fight*, Bu. Pendidikan anak juga saya pikirin. Menurut saya, urusan sekolah anak (biaya) bukan cuma urusan ayah. Ibunya juga ingin bantu-bantu."

b. Tantangan yang dihadapi oleh wirausaha wanita serta cara mengatasi tantangan tersebut.

Tantangan yang dirasakan oleh beberapa informan berasal dari kurangnya latar belakang menjalankan bisnis, mengatasi stres serta menghadapi isu gender yang berasal dari faktor sosial budaya. Hal ini seperti yang diuraikan oleh salah satu informan: "Awal mula saya menjalankan bisnis tentu saja saya merasa kerepotan, saya waktu itu tidak mengerti masalah perijinan apa yang harus saya urus, bagaimana saya harus mendapatkan *supply* bahan baku yang saya butuhkan, namun saya berusaha untuk mencari tahu dari kenalan-kenalan saya dan akhirnya saya dapat mendirikan bisnis pertama saya pada tahun 2013". Lebih lanjut dikatakannya: "...diskriminasi sosial adalah tantangan yang juga saya dapatkan. Banyak yang berkata kamu itu perempuan, jangan ini, jangan itu, padahal yang saya lakukan adalah demi meningkatkan performa bisnis yang saya miliki".

Terkait dengan hambatan kurangnya pengetahuan bisnis dari pendidikan formal yang dimiliki oleh beberapa informan, mengikuti seminar, observasi terhadap pebisnis lainnya serta banyak membuka wawasan dengan cara membaca buku serta tergabung dengan asosiasi bisnis merupakan beberapa cara yang ditempuh untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan wirausahanya. Hal ini seperti yang

diungkapkan oleh salah satu informan: "Saya tidak memiliki ilmu terkait bisnis sama sekali, saya belajar tentang bisnis adalah saat membuka bisnis. Mungkin lebih tepatnya saya *learning by doing* ketika awal membuka bisnis. Saya meningkatkan pengetahuan serta keterampilan bisnis saya biasanya dengan mengikuti seminar dengan orang lain yang memiliki pengalaman lebih dari saya. Dengan melihat dan mengamati pengalaman orang lain. Dengan membaca buku-buku biografi pengusaha sukses. Saya juga mengikuti organisasi HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) cabang Malang".

Selain itu, peran pemerintah juga dirasa memberikan kontribusi yang positif bagi pengembangan usaha beberapa informan, seperti yang disampaikan oleh informan yang memiliki usaha produksi makanan ringan di Kota Batu dan Kota Malang: "...peran pemerintah sangat berarti seperti memberi pelatihan, memfasilitasi untuk memberikan kemudahan untuk mengurus BPOM, P-IRT, MUI, dan fasilitas ini gratis". Walaupun modal usaha bukan merupakan hambatan terbesar bagi sebagian besar informan penelitian ini, namun salah seorang informan yang memiliki usaha dagang di Kota Surabaya menyatakan bahwa dirinya mengambil pinjaman dana usaha dari salah satu bank pemerintah untuk menambah modal usahanya.

2. Psikologi

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan penelitian ini, dari perspektif psikologi, karakter individu yang dirasa mampu mendorong kesuksesan wanita dalam berwirausaha diantaranya adalah sikap pantang menyerah, berani mengambil resiko, inovatif, mampu membaca peluang, percaya diri serta persuasif. Namun, karakter-karakter tersebut tidak spesifik pada karakter wirausaha wanita saja. Seluruh partisipan penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada perbedaan karakter yang dibutuhkan oleh laki-laki maupun perempuan untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh beberapa informan, yang salah satunya memiliki usaha produksi batik di Kota Madiun menyatakan: "Laki-laki maupun wanita dapat menjadi *entrepreneur* yang sukses, namun harus memiliki kemauan belajar dan keyakinan sukses, serta ide kreatif". Ditambahkannya pula:

“Sukses adalah pencapaian bagi yang tidak pernah menyerah. Sejauh ini saya merasa sukses, namanya berwirausaha tentu pernah mengalami pasang surut namun tidak ada kata menyerah bagi saya karena rasa kecintaan saya pada batik dan ingin mengenalkan batik pada dunia. Bisa mencapai posisi yang sekarang karena usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan dan mempertahankan produk dibutuhkan usaha yang gigih dan tekun, fokus pada ide-ide kreatif baru untuk membuat produk yang berkualitas dan berkelas..”. Serupa dengan ini, salah seorang informan yang memiliki usaha butik di Kabupaten Jombang mengatakan: “Saya pikir mau wanita atau laki-laki sama saja, apabila ingin menjadi wirausaha tergantung niat dan tekad masing-masing”.

Wanita Indonesia dibesarkan dalam budaya patriarki dan mayoritas wanita Indonesia merupakan pemeluk agama Islam. Budaya patriarki maupun ajaran agama Islam salah satunya menekankan bahwa kebutuhan keluarga (anak dan suami) adalah yang utama (Loh & Dahesihsari, 2013). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika keluarga merupakan alasan utama bagi seluruh informan penelitian ini untuk berwirausaha. Kebutuhan untuk membagi waktu antara kerja dan keluarga mendorong wanita tersebut untuk mendirikan bisnis yang memungkinkan mereka untuk mengurus keluarga sembari berwirausaha. Bahkan salah satu informan meninggalkan pekerjaannya sebagai karyawan dan beralih untuk menjadi seorang wirausaha yang memungkinkan dirinya untuk memiliki lebih banyak waktu untuk keluarga. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kewirausahaan merupakan sebuah solusi bagi wanita untuk menghindari ketidakpuasan bahkan diskriminasi yang dialaminya pada pekerjaan reguler (misal sebagai karyawan sebuah perusahaan), serta wanita juga cenderung untuk memilih pekerjaan yang bisa memberikan fleksibilitas bagi mereka untuk menyeimbangkan waktu antara tanggung-jawabnya di pekerjaan dan tanggung jawabnya di keluarga (Afrianty, Burgess, & Issa, 2015; Anggadwita et al., 2017).

Lebih lanjut, dapat dikatakan bahwa peran budaya (yang mencakup nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat sekitar, keluarga serta

ajaran agama individu yang bersangkutan) yang mempengaruhi pilihan informan penelitian ini untuk menjadi seorang wirausaha sejalan dengan perspektif *sociological theory of entrepreneurship* yang menekankan bahwa individu dipengaruhi oleh nilai-nilai, keyakinan dan tradisi sosial dimana individu itu berada (McClelland, 1961). Bahkan, seluruh informan dalam penelitian ini sangat menyakini bahwa Allah SWT/ Tuhan/ Sang Pencipta berperan sangat besar terhadap kesuksesan bisnis yang dijalankannya. Hal ini menunjukkan bahwa nilai/keyakinan agama yang dianut sangat berpengaruh dalam kewirausahaan wanita Indonesia.

Terkait dengan pengaruh agama terhadap kegiatan kewirausahaan dalam penelitian ini, dapat diidentifikasi bahwa nilai-nilai/ ajaran agama informan (Islam) sangat berpengaruh dalam menjalankan bisnis informan, misalnya larangan dalam Islam untuk “mencuri timbangan” diartikan oleh beberapa informan penelitian ini untuk selalu jujur terkait dengan penggunaan bahan-bahan (*ingredients*) makanan yang dibuat dan dipasarkan. Selain itu, seluruh informan penelitian ini menyakini pentingnya shadaqah sebagai salah satu cara untuk melancarkan jalannya usaha. Hal ini mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa dalam sebuah negara yang religius, seperti Indonesia, agama merupakan hal yang fundamental dan memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap cara masyarakatnya, tidak terkecuali wanita, dalam “memandang sesuatu” dalam hidupnya (Colbran, 2010; Afrianty, Issa, & Burgess 2015).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa wirausaha wanita di daerah Jawa Timur memiliki kemiripan dalam hal pengalaman kewirausahaan. Pertama, wirausaha wanita dalam penelitian ini cenderung memiliki/menjalankan usaha yang identik dengan wanita, seperti toko/butik garmen, dan catering/jasa makanan. Tipe usaha ini memberikan kesempatan yang lebih fleksibel bagi wanita untuk melakukan kegiatan usahanya sekaligus mengurus anak serta melakukan pekerjaan rumah tangga lainnya. Misalnya, memiliki usaha makanan/catering berarti wanita bisa memasak di rumah (untuk kepentingan usahanya) sembari

melakukan pekerjaan rumah tangga lainnya dan mengurus anak-anak tanpa meninggalkan rumah.

Kemiripan yang kedua adalah latar belakang pendidikan (walaupun penting) oleh seluruh informan penelitian ini tidak dipertimbangkan sebagai faktor yang paling krusial untuk menjadi seorang wirausaha, karena pengetahuan serta keterampilan terkait kewirausahaan dapat diperoleh tidak hanya melalui pendidikan formal. Disamping itu, penelitian ini menemukan bahwa pengembangan *business sense* yang baik serta *management skills* merupakan hal yang penting bagi wanita Indonesia. Pengembangan *good business sense* dan *management skills* ini dapat difasilitasi salah satunya melalui mentor. Oleh karena itu, program mentoring yang dilakukan oleh pelaku bisnis yang senior dalam industri yang bersangkutan merupakan salah satu cara yang diyakini efektif untuk memfasilitasi pengembangan kemampuan yang bersifat praktis terkait dengan kewirausahaan. Keterlibatan dalam seminar, dan pelatihan yang tentang kewirausahaan juga merupakan cara yang ditempuh oleh beberapa informan penelitian ini untuk meningkatkan kemampuannya dalam berwirausaha. Keterlibatan dalam asosiasi juga merupakan pilihan beberapa informan penelitian ini untuk mengembangkan *networking* sekaligus meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam berwirausaha.

Kemiripan yang ketiga adalah sebagian besar informan menyatakan bahwa memiliki modal yang sangat besar bukan merupakan hal yang sangat krusial untuk menjadi seorang wirausaha. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka memulai bisnisnya dengan modal (finansial dan tenaga kerja) yang terbatas.

Dari perspektif psikologi yang juga merupakan salah satu fokus penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa keteguhan sikap, berani mengambil resiko, kemampuan untuk membaca peluang, inovatif serta percaya pada kemampuan diri sendiri merupakan hal yang diyakini penting oleh informan sebagai bekal yang harus dimiliki untuk menjadi seorang wirausaha. Karakter-karakter individu yang berhasil diidentifikasi

dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan karakter yang signifikan antara wanita dan laki-laki jika dikaitkan dengan karakter yang mendukung kesuksesan kegiatan kewirausahaan. Serupa dengan hasil penelitian ini, tanpa membedakan gender, Hernawan (2012) mengidentifikasi beberapa karakter yang harus dimiliki oleh seseorang agar sukses berwirausaha, karakter tersebut diantaranya adalah:

1. Mempunyai kedisiplinan diri yang kuat
Kunci utama kesuksesan seorang wirausaha adalah menjadi pribadi yang disiplin. Dengan membiasakan diri untuk disiplin, maka secara tidak langsung usaha yang dijalankan oleh seorang pelaku usaha dapat berjalan sesuai dengan target yang telah ditentukan dan mendapatkan kepercayaan dari para konsumen.

2. Selalu kreatif dan inovatif
Seorang wirausaha sukses selalu memiliki ide-ide segar untuk menciptakan inovasi dan kreasi baru bagi perkembangan usahanya. Kreativitas yang tinggi menjadi salah satu modal utama bagi pelaku usaha sehingga mampu bersaing dengan bisnis lainnya yang berada pada industri yang sejenis.

3. Seorang wirausaha mempunyai jiwa pemimpin

Karakter pemimpin wajib dimiliki seorang pengusaha untuk mengarahkan usahanya menuju puncak kesuksesan. Dalam hal ini, seorang wirausaha dituntut untuk mampu mengambil keputusan dengan bijak tanpa harus merugikan pihak manapun. Karenanya, seorang wirausaha yang sukses harus mampu menjadi pemimpin yang baik bagi diri sendiri, karyawan, dan bagi perkembangan usahanya.

4. Harus bisa memanfaatkan waktu sebagai peluang

Istilah "*waktu adalah uang*" merupakan gambaran yang tepat bagi para pelaku usaha. Setiap waktu yang terlewat dimanfaatkan untuk menciptakan peluang-peluang baru dalam rangka mengembangkan usaha. Dengan kata lain, seorang wirausaha harus memiliki manajemen waktu yang baik. Hal ini penting untuk mendorong pencapaian target-target yang telah ditetapkan.

5. Tidak takut mengambil resiko

Seorang pelaku usaha harus mampu memandang resiko sebagai peluang. Hal inilah yang mendorong para pelaku usaha menjadi seorang “petarung” yang berani mengambil resiko untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

6. Selalu termotivasi untuk menciptakan prestasi

Seorang pengusaha sukses selalu memiliki visi dan misi yang jelas dan berusaha menjadikannya sebagai sebuah prestasi yang harus segera diwujudkan.

7. Harus berkarakter mandiri

Seorang wirausaha memiliki tanggung jawab penuh atas kemajuan usaha yang dibangunnya. Oleh karena itu, dibutuhkan karakter mandiri agar segala hal yang terjadi pada kegiatan wirausaha dapat diselesaikan dengan baik.

8. Tidak berhenti untuk belajar dan selalu menambah wawasan

Untuk mencapai kesuksesan, seorang pelaku usaha harus memiliki semangat belajar yang tinggi. Proses pembelajaran tidaklah berhenti di bangku pendidikan formal saja. Belajar dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Belajar dapat dilakukan dari berbagai sumber, termasuk buku, belajar dari ahlinya langsung, maupun belajar dari pengalaman yang didapatkan selama menjalani kegiatan wirausaha. Semakin sering seseorang belajar, maka semakin luas pula wawasan yang bisa dijadikan sebagai modal usaha.

9. Seorang wirausaha sukses pantang menyerah

Kegagalan merupakan sebuah kemungkinan yang dapat terjadi dalam berwirausaha. Namun, kegagalan tidak lantas membuat putus harapan dan berhenti menjalankan usaha. Dalam hal ini, jiwa pantang menyerah harus tertanam pada diri individu yang tertarik melakukan kegiatan wirausaha

Selain sejalan dengan karakter wirausaha yang diidentifikasi oleh Hernawan (2012), karakter wirausaha wanita yang menjadi informan penelitian ini juga mendukung penelitian Barringer & Ireland (2010) serta *common thought* terkait dengan beberapa karakter yang dibutuhkan oleh seorang wirausaha untuk mencapai sukses.

SIMPULAN

Dalam konteks kewirausahaan wanita di Indonesia, faktor sosial budaya, termasuk ajaran agama memiliki peran yang signifikan dalam keputusan wanita untuk berwirausaha, bahkan faktor sosial budaya tersebut sangat mewarnai cara wirausaha wanita tersebut menjalankan usahanya. Dalam budaya patriarki seperti di Indonesia, peran utama wanita sebagai anak, istri dan ibu adalah memperhatikan dan mendedikasikan dirinya untuk keluarga. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor keluarga serta ajaran agama (keyakinan) yang dimiliki oleh informan sangat mempengaruhi keputusannya untuk berwirausaha. Hal ini mengkonfirmasi *sociological theory of entrepreneurship* dan *feminist theory of entrepreneurship* yang menekankan peran sosial budaya terhadap kewirausahaan.

Dari perspektif psikologi, dapat disimpulkan bahwa keteguhan sikap, berani mengambil resiko, kemampuan untuk membaca peluang, inovatif, percaya pada kemampuan diri sendiri serta kemampuan persuasif merupakan hal yang diyakini penting oleh informan sebagai bekal yang harus dimiliki untuk menjadi seorang wirausaha. Hasil penelitian ini yang terkait dengan karakter-karakter wirausaha wanita yang mendukung kesuksesannya mendukung *psychological theory of entrepreneurship* yang menekankan pentingnya karakteristik psikologis dalam kewirausahaan. Seorang wirausaha adalah individu yang memiliki intuisi untuk melakukan hal yang benar tanpa terlalu banyak pertimbangan. Seorang wirausaha juga memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta memiliki kemampuan yang tinggi untuk “mengalahkan” keragu-raguan yang muncul dari dirinya sendiri maupun dari lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, dari perspektif psikologi, salah satu sifat yang penting untuk dimiliki oleh seseorang wirausaha adalah sifat yang dapat membantu dirinya untuk mengatasi kesulitan dan ketidakpastian, hal ini telah dikonfirmasi dalam hasil penelitian ini.

Terkait dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa pemerintah memiliki peran yang cukup signifikan dalam mendukung

kewirausahaan, diantaranya pemberian dukungan modal usaha melalui lembaga perbankan yang dimiliki pemerintah, maka di masa datang diharapkan muncul lebih banyak lagi bentuk dukungan lainnya yang ditawarkan oleh pemerintah dan tentu saja disosialisasikan agar dapat dimanfaatkan oleh para wirausaha wanita di Indonesia. Bentuk dukungan tersebut diantaranya dapat berupa bimbingan dan pendampingan (beberapa informan telah memanfaatkan hal ini) untuk meningkatkan kemampuan serta daya saing wanita dalam berwirausaha. Dukungan yang diharapkan tidak saja dari pemerintah, namun dukungan tersebut juga diharapkan dapat diperoleh dari masyarakat, institusi pendidikan (terutama pendidikan tinggi) serta dukungan dari pelaku usaha berskala besar dalam bentuk kemitraan atas dasar prinsip saling membutuhkan, saling memperkuat, saling menguntungkan dan dapat dipercaya. Dukungan-dukungan ini pada intinya adalah untuk meningkatkan *capacity building* demi membantu mengembangkan kemampuan berwirausaha dan kompetensi yang dibutuhkan terkait kewirausahaan wanita di Indonesia yang dapat bermuara pada pengembangan UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, T. W., Issa, T., & Burgess, J. (2015). Work-based Religiosity Support in Indonesia, In Groschl, S., & Bendl, R. (Eds), *Managing Religious Diversity in the Workplace: Examples from Around the World*. England: Gower Publishing Limited.
- Afrianty, T. W., Burgess, J., & Issa, T. (2015). Family-friendly support programs and work family conflict among Indonesian higher education employees. *Equality, Diversity and Inclusion*, 34(8), 726–741.
- Anggadwita, G., Luturlean, B., Ramadani, V. & Ratten, V. (2017). Socio-cultural environments and emerging economy entrepreneurship: Women entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 9 No. 1, pp. 85-96
- Asia Foundation. (2013). *Women Biz Owners in Indonesia Defy Some Long-Entrenched Barriers*: <http://asiafoundation.org/indonesia/2013/09/04/women-biz-owners-in-indonesiadefysome-long-entrenched-barriers>
- BPS. (2019). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2018*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2019/11/14/355910d12477675c587b918b/profil-industri-mikro-dan-kecil-2018.html>
- Barringer, B. R. & Ireland, R. D. (2010). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures* (3rd Eds.), New Jersey: Prentice Hall.
- Brockhaus, R. H. Sr (1982). The psychology of the entrepreneur. In Kent, C/, Sexton, D. L. & Vesper, K. H. (Eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Brush, C. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory & Practice*. Vol. 16: 5-31.
- Calas, M. B., & Smircich, L. (1992). Re-writing gender into organizational theorizing: Directions from feminist perspectives. In Reed, M. I. & Hughes, M.D. (Eds), *Re-Thinking Organizations: New Directions in Organizational Research and Analysis*, London: Sage, pp.227-253.
- Colbran, N. (2010). Realities and challenges in realising freedom of religion or belief in Indonesia. *The International Journal of Human Rights*, 14(5), 678-704.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dutta, S. (2016). Entrepreneurship and Sociocultural Factors. *South Asia Research*, 36(1), 41–60.
- Erianti, E. (2011). Profil wirausaha wanita di Desa Mengkirau Kecamatan Merbau dalam perspektif ekonomi Islam. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. <http://repository.uin-suska.ac.id/2079/>

- Galvin, P.F. (1978). Investigation and start-up cost: Tax consequences and considerations for new business. *Taxes*. Vol 56: 413-419.
- Giorgi, A. (2009). The descriptive phenomenological method in psychology: A modified Husserlian approach. Duquesne University Press.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015): Special Report: Women Entrepreneurship.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019): 2018/2019 Global Report.
- Gray, D. E. (2004). *Doing Research in the Real World*. London: Sage Publication.
- Fauzia, M. (2018). Sri Mulyani: UMKM Serap 96 Persen Tenaga Kerja. Retrieved from <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/31/204100326/sri-mulyani--umkm-serap-96-persen-tenaga-kerja>.
- Folia, R. (2019). Perempuan Pegiat UMKM, Sang Tulang Punggung Ekonomi Nasional. Retrieved from <https://www.idntimes.com/business/economy/rosa-foia/perempuan-pegiat-umkm-sang-tulang-punggung-ekonomi-nasional/full>
- Hernawan (2012). 10 Karakter Entrepreneur Sukses yang Mudah Ditiru <http://www.marketing.co.id/karakter-wajib-bagi-calon-entrepreneur-sukses/>
- Hurley, A. E. (1999) Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship. *Women in Management Review*, Vol 14: 54-62.
- Ireland, R.D., & Webb, J.W. (2007). A Cross-Disciplinary Exploration of Entrepreneurship Research. *Journal of Management*, Vol. 33 No. 6, pp. 891-927.
- EIGE. (2017). Gender in Entrepreneurship. DOI: 978-92-9493-610-3
- Kirkwood, J. J. (2016). How Women And Business Owners Perceive Success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol 22 (5): 594-615.
- Kusnandar, V.B. (2019). Jumlah Penduduk Indonesia Diproyeksikan Mencapai 270 Juta pada 2020. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/13/jumlah-penduduk-indonesia-diproyeksikan-mencapai-270-juta-pada-2020>
- Lindlof, T. R. & Taylor, B. C. (2002). *Qualitative Communication Research Methods*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Loh, J. M. I & Dahesihsari, R. (2013). Resilience and economic empowerment: A qualitative investigation of entrepreneurial Indonesian women. *Journal of Enterprising Culture*, Vol. 2 (1): 107-121.
- Marlow, S. (2014). Exploring future research agendas in the field of gender and entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 6(2), 102–120. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2013-0003>
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: D. Van Nostrand.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*, 2nd ed. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.
- Prakasa, R.A. (2019). Dituduh Memalsukan Tanda Tangan Suami untuk Pinjam Uang di Bank, Istri Pengacara Ini Angkat Bicara. Retrieved from <https://belitung.tribunnews.com/2019/03/10/dituduh-memalsukan-tanda-tangan-suami-untuk-pinjam-uang-di-bank-istri-pengacara-ini-angkat-bicara?page=2>.
- Ratten, V. (2014). Encouraging collaborative entrepreneurship in developing countries: the current challenges and a research agenda. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(3), 298–308. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2014-0015>
- Schumpeter, J. A. (1993). Personality. *The American Journal of Economics and Sociology*. Vol. 52 No. 1.
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social

- dimensions of entrepreneurship. In Kent, C. Sexton, D. L. and Vesper, K. H. (Eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Siregar, T. (2020). Jumlah Wirausaha di Indonesia Tembus 8 Juta Jiwa. Retrieved from http://rri.co.id/post/berita/651422/ekonomi/jumlah_wirausaha_di_indonesia_tembus_8_juta_jiwa.html
- Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990). A Paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, Vol. 11, pp.17-27.
- Tambunan, T. T. H. (2017). Women Entrepreneurs in MSEs in Indonesia: Their Motivations and Main Constraints. *International Journal of Gender and Women's Studies*, 5(1), 56–86.
<https://doi.org/10.15640/ijgws.v5n1a9>
- Teoh, W.M.Y., & Chong, S.C. (2014), Towards strengthening the development of women entrepreneurship in Malaysia. *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 29 (7): 432 – 453.
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105–118.
- Trihendrawan, N. (2019). Pengusaha Wanita Sumbang 9,1 Persen PDB Nasional. Retrieved from <https://jatim.sindonews.com/read/9900/1/pengusaha-wanita-sumbang-91-persen-pdb-nasional-1556107494>
- UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. (2008). pp. 1–31. Retrieved from <https://komisiinformasi.go.id/?p=1830>