



**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN WANITA
MENJADI WIRAUSAHAWAN (STUDI KASUS PENGUSAHA CATERING/MAKANAN DI
KECAMATAN POLOKARTO KABUPATEN SUKOHARJO)**

Sinta Dewi Laksmi Santosa¹⁾, Dwi Prasetyani²⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Corresponding author: sintasantosa2@gmail.com

ABSTRAK

Wanita sebagai agen perubahan dan pembangunan sudah tidak diragukan lagi kemampuannya. Data Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia tahun 2015 sebanyak 60% dari 49,9 juta jumlah pengusaha di Indonesia adalah wanita. Meningkatnya jumlah pengusaha wanita ini menjalar dan masuk di setiap kabupaten bahkan pada tingkat kecamatan dalam bentuk Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) dan menjadi kekuatan ekonomi yang baru muncul. Pengusaha wanita tumbuh semakin banyak sejalan dengan kebutuhan di lingkungan masyarakat, serta tuntutan pribadi untuk melakukan suatu hal yang bermanfaat dan menghasilkan uang. Tujuan dari penelitian ini guna mengetahui factor factor yang berpengaruh terhadap keputusan wanita berwirausaha terkhusus UMKM catering atau makanan. Faktor factor tersebut diukur melalui enam variable yaitu : minat, motivasi, social media, pemberdayaan diri, modal, dan peran suami. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dari 64 responden pengusaha wanita yang berasal dari Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo. Teknik pencarian data penelitian dengan menggunakan kuesioner. Model ini diuji dengan data dari survei di antara 64 pengusaha wanita di Kecamatan Polokarto Sukoharjo menggunakan Teknik Analisis Faktor. Hasil reduksi dan penamaan factor baru, mengonfirmasi bahwa faktor dominan utama didominasi oleh dukungan keluarga, minat, dan motivasi. Dukungan keluarga menjadi keputusan utama bagi wanita di Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo untuk menjadi wirausahawan.

Kata Kunci: Pengusaha Wanita, UMKM, Keputusan

JEL Klasifikasi: L26, O12, O16

This is an open-access article under the [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



1. PENDAHULUAN

Perempuan sebagai agen pembangunan sudah tidak diragukan lagi kemampuannya. Kondisi ekonomi dunia dan majunya tingkat teknologi menjadi hal yang lekat pada peningkatan jumlah pengusaha perempuan, pada mulanya seorang perempuan memiliki suatu produk lalu dipasarkan melalui daring yang semakin lama tumbuh menjadi produk besar dan pangsa yang juga besar. Sebanyak 20% setiap tahunnya peningkatan perempuan ikut andil dalam mencari uang dan menjadi pengusaha. Data Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia tahun 2015 sebanyak 60% dari 49,9 juta jumlah pengusaha di Indonesia adalah perempuan. Meningkatnya jumlah pengusaha perempuan ini menjalar dan masuk di setiap kabupaten bahkan pada tingkat kecamatan dalam bentuk Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM).

Pengusaha perempuan tumbuh semakin banyak sejalan dengan kebutuhan di lingkungan masyarakat, serta tuntutan pribadi untuk melakukan suatu hal yang bermanfaat dan menghasilkan uang. Kehadiran pengusaha perempuan sebagai pembuat kebijakan dan perluasan kapasitas untuk melayani bisnis global bisa diandalkan. Beberapa literatur menyatakan bahwa pertumbuhan serta kemakmuran jangka panjang memerlukan partisipasi wanita dalam kegiatan berwirausaha yang didalamnya melibatkan analisis perbedaan berbeda dengan pria yang melibatkan cara bertindak dan berpikir di dalamnya. Wanita memiliki kelebihan pada sisi analisis yang mendalam serta pada jangka panjang dapat memajukan perekonomian berdasar pada semakin banyaknya UMKM yang tumbuh dalam masyarakat.

Kewirausahaan dianggap sebagai salah satu pendorong penting pertumbuhan ekonomi serta pembangunan suatu negara karena membantu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan standar hidup, dan mengurangi kemiskinan. Kewirausahaan memerankan peran yang penting dalam upaya mengangkat ekonomi negara berkembang dengan cara memberikan kontribusi yang besar bagi masyarakat dan pembangunan ekonomi. Negara berkembang dan maju di seluruh dunia menyadari fakta bahwa pengusaha wanita dapat berhasil di tengah era globalisasi jika mereka terus berinovasi dalam proses organisasi mereka dengan menggunakan ciri kewirausahaan mereka. Lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi dan kompleks telah diamati dalam dua decade terakhir, yang memaksa organisasi untuk mencapai keunggulan yang kompetitif. Perusahaan dapat mencapai tujuan kerjanya apabila mengadopsi inovasi dan menggunakan kemampuan dan sumber daya sebagai pandangan yang berbasis pada sumber daya perusahaan.

Dilihat dari struktur perekonomian Indonesia, data menunjukkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dominan pada sisi jumlah unit usaha yang merupakan 99,99 persen, menyerap 97,31 persen tenaga kerja. Menurut Kementerian Koperasi & Usaha Mikro Kecil dan Menengah / UMKM, pada tahun 2011 dari total jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ("UMKM") yang ada di Indonesia, 60 persen dikelola oleh pengusaha perempuan. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa perempuan pengusaha memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Besarnya peran pengusaha perempuan di Indonesia baik secara khusus seperti menambah penghasilan keluarga yang berefek terhadap peningkatan kesejahteraan pada keluarga maupun secara umum yakni peningkatan kesejahteraan ekonomi dan peningkatan jumlah UMKM.

Kecamatan Polokarto merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kecamatan Polokarto tahun 2019, tercatat usia produktif penduduk laki-laki dan perempuan. Berikut tabel usia produktif berdasarkan gender.

Tabel 1. Data Penguasa Wanita di Kecamatan Sukoharjo

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
	L	P	
15-19	2873	2838	5711
20-24	2600	2695	5295
25-29	2768	2748	5516
30-34	2675	2822	5497
35-39	2652	2743	5395
40-44	2648	2634	5282
45-49	2470	2577	5047
50-54	2548	2600	5148
55-59	2231	2129	4360
60-64	1774	1836	3610
Jumlah	25239	25622	50861

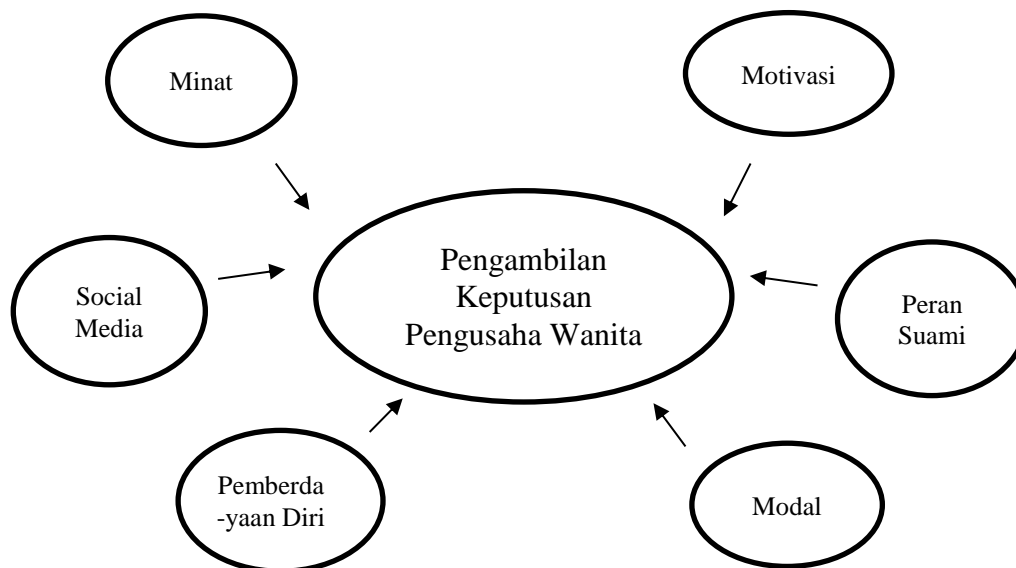
Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Sukoharjo, 2019

Era persaingan dalam pasar bebas saat ini memberikan peluang sebesar-besarnya bagi siapapun termasuk wanita, namun hal ini memerlukan potensi yang berkualitas dari masing-masing individu untuk menjalankan usahanya. Sebagai salah satu cara bertahan dan berkembang adalah berusaha sendiri atau berwirausaha dengan tidak bergantung pada pemerintah maupun instansi lain.

Berdasarkan fenomena di atas penelitian ini dilakukan untuk mengetahui fungsi pragmatis yang menyebabkan wanita rumah tangga memutuskan memilih peran produktifnya dengan berwirausaha. Selain hal tersebut dapat digunakan sebagai bahan untuk memantapkan langkah yang diambil wanita dalam memberdayakan dirinya untuk mengembangkan bakat, minat, memanfaatkan sumber modal yang tersedia.

Berdasar pada informasi di atas penulis akan membuat penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Wanita Menjadi Wirausahawan (Studi Kasus UMKM Catering atau Makanan di Kecamatan Polokarto)”.

Berikut ini adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



Gambar 1. Data Penguasaha Wanita di Kecamatan Sukoharjo

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berikut ini adalah hipotesis dalam penelitian ini:

- Diduga factor minat memengaruhi factor pendorong wanita melakukan kegiatan wirausaha
- Diduga factor motivasi memengaruhi factor pendorong wanita melakukan kegiatan wirausaha
- Diduga factor social media memengaruhi factor pendorong wanita melakukan kegiatan wirausaha
- Diduga factor peran suami memengaruhi factor pendorong wanita melakukan kegiatan wirausaha
- Diduga factor pemberdayaan diri memengaruhi factor pendorong wanita melakukan kegiatan wirausaha
- Diduga factor modal memengaruhi factor pendorong wanita melakukan kegiatan wirausaha

2. METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini mencakup UMKM wanita yang bergerak di sektor makanan dan catering Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo. Jenis penelitian Kuantitatif metode survei, dengan menggunakan sumber data primer dari kuesioner yang disebar. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data UMKM Wanita sektor catering dan makanan yang terdaftar di Kecamatan Polokarto dan dihubungi melalui nomor telepon tersedia untuk mengisi kuesioner. Variabel dependen penelitian ini adalah pengambilan keputusan pengusaha wanita di Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo. Variabel independen nya yaitu minat, motivasi, sosial media, peran suami, pemberdayaan diri, modal.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Uji validitas untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner.
- b. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji tingkat kehandalan kuesioner.
- c. Analisis komunaliti adalah jurnal variansi dari suatu variable mula mula yang bisa dijelaskan oleh factor yang ada. Semakin besar nilai komunaliti sebuah variable berarti semakin erat hubungannya dengan factor yang terbentuk.
- d. KMO dan *Bartlett test of sphericity* , digunakan untuk mengukur sampling dan melakukan pengujian yang digunakan untuk melihat apakah matriks korelasi bukan merupakan matriks identitas.
- e. Uji MSA adalah uji yang dilakukan untuk mengukur homogenitas variable dan melakukan penyaringan antar variable sehingga hanya variable yang memenuhi syarat yang diproses lebih lanjut.
- f. Ekstraksi dilakukan terhadap sekumpulan variable yang memiliki $KMO > 0,5$ sehingga terbentuk satu atau lebih factor. Jika setelah melakukan pereduksian tidak ditemukan hubungan kuat maka menghasilkan total variance explained. Banyaknya factor yang terekstrak ditentukan oleh *Eigenvalue* $> 1,0$.
- g. Matriks rotasi factor ditransformasikan kedalam matriks yang lebih sederhana sehingga lebih mudah diinterpretasikan.
- h. Penamaan factor , pada variable yang terbentuk maka akan diberikan nama factor yang baru. Jika variable yang masuk pada masing masing factor tidak sama dengan penelitian terdahulu, perlu memberikan nama baru yang merepresentasikan bagi variabel-variabel yang masuk dalam masing masing faktor.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji validitas kuesioner dinyatakan valid karena pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Dilihat dari sig.(2-tailed) < 0.05 dan pearson correlation nya bernilai positif , maka item dalam pernyataan kuesioner dinyatakan valid. X1(0,000) , X2(0,038) , X3(0,000), X4(0,000), X5(0,000), X6(0,000) , X7(0,005), X8(0,000) , X9(0,000) , X10(0,001), X11(0,000), X12 (0,022), X13(0,002).

Uji Reliabilitas dinyatakan reliabel karena Cronbach's Alpha $0.871 > 0.07$.

KMO dan Bartlett dinyatakan signifikan dengan menghasilkan nilai 0,690.

Berdasarkan hasil MSA terdapat factor bakat yang bernilai kurang dari 0,50 yaitu bernilai sebesar 0,335, dan harus dikeluarkan dan dilakukan uji KMO dan Bartlett test tanpa menggunakan factor bakat. Hasil uji KMO Bartlett test yang kedua dihasilkan nilai sebesar 0,791 yang menunjukkan kesesuaian yang signifikan. Setelahnya dilakukan uji anti image dan menghasilkan nilai $> 0,50$ untuk semua factor nya.

Berdasarkan table atriks korelasi diketahui 12 faktor yang telah dianalisis terbentuk hasil ekstraksi menjadi 3 faktor yang memiliki eigenvalue > 1 , dimana Faktor 1 memiliki eigen value 4,696 dan mampu menjelaskan 39% variasi, Faktor 2 memiliki eigen value 1,730 dan mampu menjelaskan 14,4% variasi, Faktor 3 memiliki eigen value 1,055 dan mampu menjelaskan 8,79% variasi.

Uji Komunaliti menunjukkan terdapat satu factor terendah yakni factor media social dengan nilai sebesar 0,279

Pengelompokan factor setelah dilakukan perotasian matriks didapat 3 kelompok baru. Setelah dilakukan factor penamaan factor maka didapatkan berikut : Dukungan Keluarga (Faktor I) merupakan factor dominan mempengaruhi wanita untuk memutuskan berwirausaha mempunyai nilai varian sebesar 39,133% meliputi appraisal support atau nasihat dalam memecahkan masalah yang memiliki nilai loading terbesar yaitu 0.831 , dukungan self esteem atau pengakuan dan penghargaan sebesar 0.761 , dukungan belonging atau perasaan percaya sebesar 0.661 , kesejahteraan sebesar 0.618 , dan dukungan tangible atau bantuan secara fisik dalam menyelesaikan tugas sebesar 0.503. Faktor Minat (Faktor II) memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,730 dan varian 14,414% yang meliputi ketertarikan dengan nilai loading tertinggi sebesar 0.787 , motif penyadaran dengan nilai loading 0.774 , pengalaman dengan nilai loading 0.745 dan social media dengan nilai loading sebesar 0.444. Faktor motivasi yang paling kecil memengaruhi wanita rumah tangga berwirausaha di Kecamatan Polokarto , Kabupaten Sukoharjo dengan nilai eigenvalue 1,055 dan varian sebesar 8,791% meliputi variable terbesar need for affiliation yang memiliki nilai loading sebesar 0.920 , kemudian need for achievement dengan nilai loading sebesar 0.844 , dan terakhir need for power atau kekuasaan dengan nilai loading 0.550 .

4. PENUTUP

4.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Karakteristik wanita pengusaha di Kecamatan Polokarto meliputi usia , pendidikan terakhir, pekerjaan suami, status pernikahan, jumlah tanggungan, tahun berdirinya usaha, kepemilikan tempat usaha, modal , lama usaha , dan jumlah karyawan yang bekerja.
- b. Pada proses analisis factor uji kelayakan 13 variabel memengaruhi keputusan wanita berwirausaha yang diproses sebanyak 1 kali uji kelayakan MSA dan KMO terdapat factor yang tereduksi yaitu variable bakat, sehingga factor yang terbentuk sebanyak 12 variabel yaitu kesejahteraan (0,618) , belonging support (0,661) , tangible support (0,503) , self esteem support (0,769) , appraisal support (0,831) , ketertarikan (0,787) , pengalaman (0,745) , penyadaran (0,774) , social media (0,444) , need for achievement (0,844) , need for affiliation (0,920) , dan need for power (0,550).
- c. Pada 11 variabel yang terpilih untuk analisis lanjut dilakukan proses analisis ekstraksi dan proses rotasi variable , terbentuk 3 faktor yang memengaruhi wanita berwirausaha di Kecamatan Polokarto , Kabupaten Sukoharjo , yaitu factor 1 yang paling berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha dinamakan factor dukungan keluarga (4,696) , factor kedua dinamakan factor minat (1,730) dan factor ketiga merupakan factor terendah memengaruhi wanita berwirausaha adalah motivasi (1,055)

4.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Bagi wanita yang melakukan peran produktif hendaknya lebih meningkatkan kesadaran akan kesetaraan tugas antara peran laki laki dan perempuan di keluarga untuk berpartisipasi dalam peningkatan ekonomi produktif yang berdampak bagi kemajuan ekonomi daerah khususnya pada skala mikro, kecil dan menengah.
- b. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan analisis factor yang lain seperti analisis cluster , regresi dan log linear, sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih bervariasi dan meningkatkan pengetahuan terhadap pemberdayaan masyarakat yang lebih produktif terkhusus kaum wanita.

- c. Pemerintah yang bergerak pada bidang pemberdayaan perempuan hendaknya memfasilitasi upaya upaya untuk mendorong wanita berani dan mampu mengaktualisasikan dirinya mulai dari pembelajaran melalui kegiatan yang produktif dan positif.

5. REFERENSI

- Akehurst, G., Simarro, E., & Tur, A. M. (n.d.). *Women entrepreneurship in small service firms : motivations , barriers and performance*. (December 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/02642069.2012.677834>
- Alia, N., Halim, A., & Abdul, N. (2014). Communication Strategies of Women Leaders in Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 118, 21–28. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.003>
- Alonso, N., & Trillo, D. (2014). " Women , rural environment and entrepreneurship ". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 161, 149–155. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.039>
- García-palma, M. B., & Molina, M. I. S. (2015). Knowledge and female entrepreneurship : A competence and social dimension. *Suma de Negocios*, 7(15), 32–37. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.005>
- Hashim, F., Abdul, N., & Amir, Z. (2011). Empowering rural women entrepreneurs with ict skills : an impact study of Inita project in Malaysia. *Procedia - Social and Behavior Sciences*, 15, 3779–3783. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.04.373>
- Ismail, V. Y. (2014). The Comparison of Entrepreneurial Competency in Woman Micro- , Small- , and Medium-scale Entrepreneurs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115 (Icies 2013), 175–187. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.426>
- Lee, W. (2017). *Social Capital as a Source of Business Advantages for a Woman Entrepreneur in the Context to oufser Small-Size Business*. 11(12). <https://doi.org/10.5539/ass.v11n12p155>
- Maria, V., & Nassif, J. (2016). Critical incidents among women entrepreneurs: Personal and professional issues. *Revista de Administração*, 51(2), 212–224. <https://doi.org/10.5700/rausp1235>
- Minniti, M. (2010). Female entrepreneurship and economic activity. *European Journal of Development Research*, 22(3), 294–312. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.18>
- Nasir, M., Iqbal, R., & Akhtar, C. S. (2019). Faktors Affecting Growth of Women Entrepreneurs in Pakistan. *Pakistan Administrative Review*, 3(1), 35–50.
- Ramadani, V. (2015). *The Woman Entrepreneur in Albania: An Exploratory Study on Motivation , Problems and Success Faktors*. 17(2), 204–221.
- Shastri, D., & Rao, P. U. T. (2014). Women Entrepreneurs of Gujarat. *Procedia Economics and Finance*, 11(14), 745–752. [https://doi.org/10.1016/S2212- 5671\(14\)00238-X](https://doi.org/10.1016/S2212- 5671(14)00238-X)
- Suárez-ortega, M., & Gálvez-garcía, R. (2017). Motivations and decisive faktors in women ' s entrepreneurship . A gender perspective in education and professional guidance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237(June 2016), 1265–1271. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.208>
- Zeb, A., & Ihsan, A. (2020). Women's Studies International Forum Innovation and the entrepreneurial performance in women-owned small and medium- sized enterprises in Pakistan. *Women's Studies International Forum*, 79(January), 102342. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2020.102342>.