

## II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI

### A. Tinjauan Pustaka

#### 1. Wirausaha Perempuan

Wirausaha dalam bahasa Sanskerta terdiri dari kata wira dan usaha, wira artinya manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan kemajuan dan memiliki keagungan watak sedangkan usaha adalah melakukan kegiatan usaha. Wirausaha memiliki berbagai karakter positif yang tidak dimiliki oleh para pengusaha biasa. Mereka adalah orang-orang yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat konsumennya. Mereka bukan sekedar orang yang memiliki ketrampilan berbisnis, namun juga memiliki kepemimpinan pribadi yang tinggi, baik tercermin dari daya juang yang tinggi, kesabaran dalam menghadapi berbagai tantangan dan toleransi terhadap ketidak menentuan ([www.blog.mybcshop.com](http://www.blog.mybcshop.com)).

Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang baru ataupun bisa pula dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada. (Schumpeter dalam Alma, 2011;24)

Beberapa pengertian atau definisi wirausaha menurut para ahli :

- a. Wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. (Kasmir)

- b. Wirausaha adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*). (Peter F Drucker)
- c. Wirausaha adalah seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif (*Entrepreneurship is a person who founds and operates an innovative business*). (Andrew J Dubrin)
- d. Wirausaha adalah seseorang yang memiliki karakteristik percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil resiko yang wajar, kepemimpinan yang lugas, kreatif menghasilkan inovasi, serta berorientasi pada masa depan. (Syamsudin Suryana)
- e. Wirausaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup. (Prawirokusumo)

Banyak wanita yang terjun ke dalam bidang bisnis. Alasan mereka menekuni bidang bisnis ini di dorong oleh faktor-faktor antara lain ingin memperlihatkan kemampuan prestasinya, membantu ekonomi rumah tangga, frustrasi terhadap pekerjaan sebelumnya dan sebagainya (Alma, 2011). Seorang pengusaha wanita dapat didefinisikan sebagai wanita percaya diri, inovatif dan kreatif mampu mencapai kemandirian ekonomi diri secara individual atau kolaborasi, menghasilkan kesempatan kerja bagi orang lain (Kamal Singh).

Wirausaha perempuan di Indonesia saat ini memang masih minim yaitu 0,1 % dari jumlah penduduk, namun jumlah wirausaha perempuan terus meningkat setiap tahunnya seperti yang diungkapkan oleh Menteri Pemberdayaan Perempuan Linda Amalia Gumelar dalam (Kompas.com). Pada tahun 2015 Ketua Ikatan

Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Dyah Anita Prihapsari menargetkan jumlah wirausaha wanita di Indonesia akan meningkat hingga satu juta wirausaha wanita (kalbar.antaranews.com).

Salah satu contoh wirausaha perempuan yang sukses berbisnis dibidang pangan olahan adalah Rizka Wahyu Romadhona yang sukses menjalankan usaha Kue Lapis Bogor, yang dirintisnya sejak tahun 2011. Awal berdirinya usaha Kue Lapis Bogor hanya bermodal Rp 500.000. Usaha tersebut awalnya hanya usaha rumahan dengan omzet penjualan yang tidak terlalu besar, kini usaha kue lapis Bogor miliknya mampu terjual 1.000 boks Kue lapis Bogor setiap hari dengan nama "Sangkuriang" Oleh Oleh Cita Rasa Bogor (finance.detik.com).

## **2. Pangan Olahan**

Pengertian pangan menurut Peraturan Pemerintah RI nomor 28 tahun 2004 adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun yang tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman.

Berdasarkan cara perolehannya, pangan dapat dibedakan menjadi 3 yaitu :

- a. Pangan segar adalah pangan yang belum mengalami pengolahan. Pangansegar dapat dikonsumsi langsung atau tidak langsung, yakni dijadikan bahanbaku pengolahan pangan.
- b. Pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses pengolahan dengan cara atau metode tertentu, dengan atau tanpa bahan tambahan.

Contoh : Teh manis, nasi, pisang goreng, bakpia, kripik, wingko dan sebagainya. Pangan olahan bisa dibedakan lagi menjadi pangan olahan siap saji dan tidak siap saji.

- i. Pangan olahan siap saji adalah makanan dan minuman yang sudah diolah dan siap disajikan di tempat usaha atau di luar tempat usaha atau dasar pesanan.
  - ii. Pangan olahan tidak siap saji adalah makanan atau minuman yang sudah mengalami proses pengolahan, akan tetapi masih memerlukan tahapan pengolahan lanjutan untuk dapat dimakan atau diminum.
- c. Pangan olahan tertentu adalah pangan olahan yang diperuntukkan bagi kelompok tertentu dalam upaya memelihara dan meningkatkan kualitas kesehatan. Contoh ekstrak tanaman mahkota dewa untuk diabetes melitus, susu rendah lemak untuk orang yang menjalankan diet rendah lemak, dan sebagainya (Hidayati dan saprianto 2010).

Pangan olahan di Indonesia cukup banyak mulai dari yang siap saji sampai yang belum siap saji, contohnya : Keripik pisang, keripik singkong, peyek kacang tanah, peyek kacang hijau, wingko, bakpia, brownies dan lain-lain. Pengolahan pangan ini diharapkan akan meningkatkan nilai tambah bagi UKM sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hepi Hapsari, Endah Djuwendah dan Tuti Karyani (2008) menyatakan bahwa pengolahan salak dapat memberi nilai tambah berupa keuntungan bagi pengrajin, balas jasa bagi faktor-faktor produksi, dan pendapatan bagi tenaga kerja. Nilai tambah terbesar

diperoleh dari pengolahan manisan salak yakni Rp. 10443,23/kg. Pendapatan tertinggi diperoleh dari pengolahan dodol salak yaitu Rp. 326579,16 per proses produksi.

### 3. Karakteristik kewirausahaan

Akar kata karakter dapat dilacak dari kata Latin *kharakter*, *kharassein*, dan *kharax*, yang maknanya *tools for making*, *to engrave*, dan *pointed stake*. Kata ini mulai digunakan kembali dalam bahasa Perancis *caractere* pada abad ke 14 dan kemudian masuk dalam bahasa Inggris menjadi *character*, sebelum akhirnya menjadi bahasa Indonesia karakter. Karakter mengandung pengertian (1) suatu kualitas positif yang dimiliki seseorang, sehingga membuatnya menarik dan atraktif; (2) reputasi seseorang; dan (3) seseorang yang memiliki kepribadian yang eksentrik (Suryana dan Bayu 2010).

Dalam kamus Poerwadarminta, karakter diartikan sebagai tabiat, watak; sifat kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang daripada yang lain. Pengertian diatas dikatakan bahwa membangun karakter (*character building*) ialah proses mengukir atau memahat jiwa sedemikian rupa, sehingga “berbentuk” unik, menarik, dan berbeda atau dapat dibedakan dengan orang lain. Hisrich *et all.* (1992) dalam Sumantri, B., Fariyanti, A., & Winandi, R. (2013) mengemukakan pendapat bahwa karakteristik dari seorang wirausaha meliputi :

- a. Latar belakang lingkungan keluarga (pekerjaan orang tua).
- b. Pendidikan.
- c. Usia.
- d. Pengalaman bekerja.

Berbeda dengan yang dikemukakan oleh Hisrich *et all*, dari hasil penelitian Peter Worrel terhadap 200 orang wirausaha berpengalaman, maka terdapat lima karakteristik wirausaha yang menonjol, yakni:

- a. Keaslian
- b. Kepemimpinan
- c. Keadilan
- d. Rasa terima kasih/respek
- e. Semangat.

Mc Clelland dalam Suryana dan Bayu 2010 memerinci Karakteristik Kewirausahaan sebagai berikut :

- a. Lebih menyukai pekerjaan dengan resiko yang realitas.
- b. Bekerja lebih giat dalam tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental.
- c. Tidak bekerja lebih giat karena adanya imbalan uang.
- d. Ingin bekerja pada situasi dimana dapat diperoleh pencapaian pribadi.
- e. Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas positif.
- f. Cenderung berpikir ke masa depan serta memiliki pemikiran jangka panjang.

Totok S. Wiryasputra dalam Suryana dan Bayu (2010) menyatakan bahwa ada sepuluh sikap dasar (karakter) wirausaha yaitu :

- a. *Visionery* (visioner) yaitu mampu melihat jauh kedepan, selalu melakukan yang terbaik pada masa kini, sambil membayangkan masa depan yang lebih baik. Seorang wirausaha cenderung kreatif dan inovatif.
- b. *Positive* (bersikap positif) yaitu seorang wirausaha selalu berpikir yang baik, tidak tergoda untuk memikirkan hal-hal yang bersifat negatif, sehingga dia mampu mengubah tantangan menjadi peluang dan selalu berpikir akan sesuatu yang lebih besar.
- c. *Confident* (percaya diri) yaitu orang yang menunjukkan selalu percaya pada kemampuan diri, tidak ragu dalam bertindak, bahkan memiliki kecenderungan untuk melibatkan diri secara langsung dalam berbagai situasi. Memiliki semangat tinggi dalam bekerja dan berusaha serta mandiri menemukan alternatif jalan keluar dari masalah yang dihadapi.
- d. *Genuine* (asli) yaitu seorang wirausaha harus mempunyai ide, pendapat dan mungkin model sendiri. Bukan berarti harus menciptakan sesuatu yang betul-betul baru, dapat saja dia menjual sebuah produk yang sama dengan yang lain, namun dia harus memberi nilai tambah atau baru.
- e. *Goal Oriented* (berpusat pada tujuan) yaitu selalu berorientasi pada tugas dan hasil. Seorang wirausaha ingin selalu berprestasi, berorientasi pada laba, tekun, tabah, bekerja keras, dan disiplin untuk mencapai sesuatu yang telah ditetapkan.
- f. *Persistent* (tahan uji) yaitu seorang wirausaha harus maju terus, mempunyai tenaga, dan semangat yang tinggi, pantang menyerah, tidak mudah putus asa, dan kalau jatuh segera bangun kembali.

- g. *Ready to face a risk* (siap menghadapi resiko) yaitu orang menunjukkan bahwa wirausaha selalu memperhitungkan keberhasilan dan kegagalan dalam melaksanakan kegiatan mencapai tujuan usaha. Biasanya akan melangkah bila kemungkinan gagal tidak terlalu besar, dengan kemampuan mengambil resiko yang diperhitungkan wirausaha tidak takut menghadapi situasi yang tidak menentu, yang tidak ada jaminan keberhasilan.
- h. *Creative* (kreatif menangkap peluang) yaitu sikap yang tajam mampu melihat peluang dan mampu menciptakan peluang.
- i. *Healty competitor* (menjadi pesaing yang baik) yaitu seorang wirausaha harus berani memasuki dunia persaingan. Persaingan jangan membuat stres, tetapi harus dipandang untuk membuat kita lebih maju dan berpikir secara lebih baik. Sikap positif membantu untuk bertahan dan unggul dalam persaingan.
- j. *Democratic leader* (pemimpin yang demokratis) yaitu memiliki kepemimpinan yang demokratis, mampu menjadi teladan dan inspirator bagi lainnya.

#### **4. Motivasi**

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk

menampilkan tingkah laku kearah pencapaian suatu tujuan tertentu. Abu Ahmadi dalam Suryana dan Bayu (2010), motivasi merupakan dorongan yang telah terikat pada suatu tujuan. Gerungan dalam Suryana dan Bayu (2010) menyatakan bahwa motivasi merupakan suatu faktor pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.

Terdapat sebuah teori yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Dalam teorinya tentang motivasi didasarkan oleh dua asumsi. Pertama, kebutuhan seseorang tergantung dari apa yang telah dipunyainya, dan kedua, kebutuhan merupakan hirarki dilihat dari pentingnya. Menurut Maslow ada lima kategori kebutuhan manusia, yaitu :

- a. Kebutuhan dasar/*Basic Need* : memperoleh uang secara mandiri untuk kebutuhan fisik yaitu makanan, minuman, rumah, seks, dan istirahat.
- b. Kebutuhan rasa aman/*Safety Need* : memperoleh rasa aman dalam kehidupan berkeluarga, dan bermasyarakat dengan terpenuhinya aspek-aspek perlindungan melalui keberhasilan usaha.
- c. Kebutuhan sosial/*Sosial Need* : memperoleh keleluasaan dan peluang yang lebih besar untuk melakukan kontak sosial dalam membangun persahabatan dan relasi bisnis.
- d. Kebutuhan penghargaan/ *Self Esteem Need* : memperoleh rasa hormat dari lingkungan sesuai dengan kedudukan sebagai pimpinan/pemilik dalam bisnis pribadi.

- e. Kebutuhan perwujudan diri/*Self Actualization* : memperoleh pengakuan masyarakat atas hasil karyanya yang bermanfaat bagi kepentingan banyak orang.

Selain teori yang dikemukakan oleh Abraham Maslow ada juga teori prestasi yang dikemukakan oleh Mc Clelland, Atkinson dan kawan-kawan (Filley et. Al, 1976) telah melakukan penelitian yang ekstensif dalam mengembangkan teori prestasi. Dalam penelitiannya pada dasarnya motivasi seseorang ditentukan oleh tiga kebutuhan :

- a. Kebutuhan akan kekuasaan (*need for power*)
- b. Kebutuhan akan afiliasi (*need for affiliation*)
- c. Kebutuhan akan keberhasilan (*need for achievement*)

Teori ini berusaha menjelaskan tingkah laku yang berorientasi kepada prestasi (*achievement-oriented behaviour*) yang didefinisikan sebagai tingkah laku yang diarahkan terhadap tercapainya *standard of excellent*. Menurut teori tersebut, seseorang yang mempunyai *need for achievement* yang tinggi selalu mempunyai pola pikir tertentu, ketika ia merencanakan untuk melaksanakan sesuatu, selalu mempertimbangkan apakah pekerjaan yang akan dilakukan itu cukup menantang atau tidak. Seandainya pekerjaan itu cukup memberikan tantangan, maka kemudian ia memikirkan kendala-kendala apa yang mungkin dihadapi dalam pencapaian tujuan, strategi apa yang dapat digunakan untuk mengatasi kendala dan mengantisipasi konsekuensinya. Ciri lain dari *need for achievement* tinggi ialah kesediaannya untuk memikul tanggung jawab sebagai konsekuensi usahanya, berani mengambil resiko yang sudah diperhitungkan, kesediaannya

untuk mencari informasi untuk mengukur kemajuannya, dan ingin kepuasan dari apa yang telah dikerjakannya.

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa motivasi merupakan kebutuhan, keinginan, dan dorongan yang muncul dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan. Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk meraih kesuksesan dalam hidup.

Dalam Winardi, 1992 Motivasi seseorang sangat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu :

- a. Faktor Internal : faktor yang berasal dari dalam diri individu, terdiri atas:
  - i. Persepsi individu mengenai diri sendiri : seseorang termotivasi atau tidak untuk melakukan sesuatu banyak tergantung pada proses kognitif berupa persepsi. Persepsi seseorang tentang dirinya sendiri akan mendorong dan mengarahkan perilaku seseorang untuk bertindak.
  - ii. Harga diri dan prestasi : faktor ini mendorong atau mengarahkan inidividu (memotivasi) untuk berusaha agar menjadi pribadi yang mandiri, kuat, dan memperoleh kebebasan serta mendapatkan status tertentu dalam lingkungan masyarakat; serta dapat mendorong individu untuk berprestasi.
  - iii. Harapan : adanya harapan-harapan akan masa depan. Harapan ini merupakan informasi objektif dari lingkungan yang mempengaruhi sikap dan perasaan subjektif seseorang. Harapan merupakan tujuan dari perilaku.

- iv. **Kebutuhan** : manusia dimotivasi oleh kebutuhan untuk menjadikan dirinya sendiri yang berfungsi secara penuh, sehingga mampu meraih potensinya secara total. Kebutuhan akan mendorong dan mengarahkan seseorang untuk mencari atau menghindari, mengarahkan dan memberi respon terhadap tekanan yang dialaminya.
  - v. **Kepuasan kerja** : lebih merupakan suatu dorongan afektif yang muncul dalam diri individu untuk mencapai goal atau tujuan yang diinginkan dari suatu perilaku.
- b. **Faktor Eksternal** : faktor yang berasal dari luar diri individu, terdiri atas:
- i. **Jenis dan sifat pekerjaan** : dorongan untuk bekerja pada jenis dan sifat pekerjaan tertentu sesuai dengan objek pekerjaan yang tersedia akan mengarahkan individu untuk menentukan sikap atau pilihan pekerjaan yang akan ditekuni. Kondisi ini juga dapat dipengaruhi oleh sejauh mana nilai imbalan yang dimiliki oleh objek pekerjaan dimaksud.
  - ii. **Kelompok kerja dimana individu bergabung**: kelompok kerja atau organisasi tempat dimana individu bergabung dapat mendorong atau mengarahkan perilaku individu dalam mencapai suatu tujuan perilaku tertentu, peranan kelompok atau organisasi ini dapat membantu individu mendapatkan kebutuhan akan nilai-nilai kebenaran, kejujuran, kebajikan serta dapat memberikan arti bagi individu sehubungan dengan kiprahnya dalam kehidupan sosial.

- iii. Situasi lingkungan pada umumnya : setiap individu terdorong untuk berhubungan dengan rasa mempunyai dalam melakukan interaksi secara efektif dengan lingkungannya;
- iv. Sistem imbalan yang diterima : imbalan merupakan karakteristik atau kualitas dari objek pemuas yang dibutuhkan oleh seseorang yang dapat mempengaruhi motivasi atau dapat mengubah arah tingkah laku dari satu objek ke objek lain yang mempunyai nilai imbalan yang lebih besar. Sistem pemberian imbalan dapat mendorong individu untuk berperilaku dalam mencapai tujuan, perilaku dipandang sebagai tujuan, sehingga ketika tujuan tercapai maka akan timbul imbalan.

Dalam penelitian M.Th.Handayani dan Ni Wayan Putu Artini (2009) menyatakan bahwa Motivasi responden ibu rumah tangga anggota KWT Boga Sari adalah untuk menambah pendapatan keluarga, untuk mengisi waktu luang dengan kegiatan positif dan untuk mencari pengalaman.

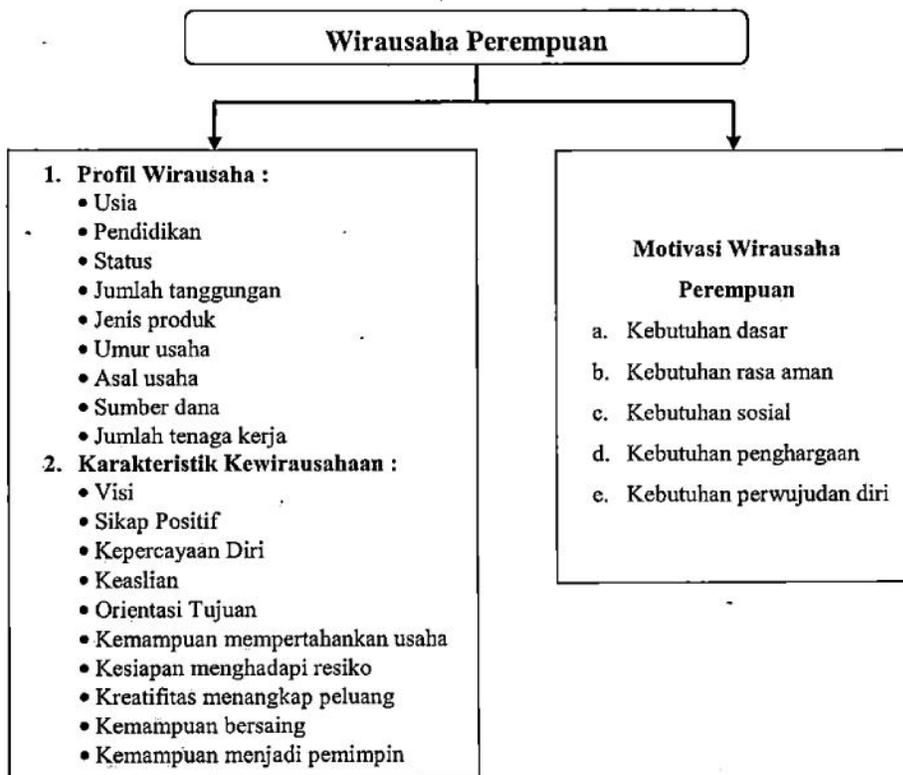
## **B. Kerangka Pemikiran**

Wirausaha perempuan merupakan perempuan yang percaya diri, inovatif dan kreatif mampu mencapai kemandirian ekonomi diri secara individual atau kolaborasi, menghasilkan kesempatan kerja bagi orang lain. Dalam diri wirausaha perempuan terdapat profil wirausaha, karakteristik kewirausahaan dan motivasi.

Profil wirausaha merupakan keanekaragaman usia, pendidikan, status pernikahan, jumlah tanggungan, umur usaha, asal usaha dan jumlah tenaga kerja. Karakteristik kewirausahaan adalah sifat atau jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh wirausaha perempuan yang meliputi visi, sikap positif, kepercayaan diri,

keaslian, orientasi tujuan, kemampuan mempertahankan usaha, kesiapan menghadapi resiko, kreatifitas menangkap peluang, kemampuan bersaing dan kemampuan menjadi pemimpin. Dengan perbedaan-perbedaan profil wirausaha yaitu usia, pendidikan, status, jumlah tanggungan dan pengalaman bekerja, bisa saja mempengaruhi kelancaran dalam menjalankan usahanya. Begitupun dengan perbedaan-perbedaan karakteristik kewirausahaan yang satu dengan yang lainnya itu akan mempengaruhi kelancaran dalam menjalankan usahanya.

Motivasi merupakan faktor pendorong perempuan untuk melakukan usaha, motivasi yang dimiliki oleh setiap wirausaha perempuan pastinya berbeda-beda. Motivasi tersebut terdiri dari kebutuhan dasar, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, kebutuhan perwujudan diri.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran