

## **Kajian Faktor yang mempengaruhi Wanita dalam Membangun Usaha Bidang Perhotelan dan Restoran**

Rina Suprina<sup>1</sup>

Lestari Ningrum<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

This study aims to determine the factors that affect women in their role as an entrepreneur in the field of hotel and restaurant, how they overcome the factors that caused the barrier to their business, and how they apply positive factors in their strategy to run their business. Respondents in this study were 50 business women (entrepreneur) in the field of the accommodation and food, located in Jakarta and Bandung. The method used was descriptive method to describe or depict phenomena or relations among the phenomena studied systematically, factual and accurately. The variable in this study was the factors that affect women in developing their business, especially in the accommodation and food business. Subvariables in this study were four factors, i.e. family, education, capital and social. The results showed that the biggest deterrent factor is the capital, but they have their own strategies to overcome this factor. For other factors, namely family, education and social, the respondents revealed their positive factor towards business and capable of implementing the business strategy accordingly.

*Key words: entrepreneur, business woman, business factors, business strategy*

1. Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
2. Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

## PENDAHULUAN

Dalam bidang wiraswasta/ entrepreneurship, keberadaan kaum wanitapun mulai terlihat sejak terjangnya. Untuk memulai usaha/ bisnis bukan saja diperlukan suatu skills/ keterampilan tertentu yang berkaitan dengan bidang usahanya, namun diluar itu yang perlu dimiliki dan diperhatikan dalam mendirikan dan menjalankan suatu usaha mandiri adalah sifat berani dan nekat menghadapi resiko seberat apapun. Dahulu, secara mitos sifat ini hanya dimiliki oleh kaum laki-laki, dimana mereka identik dengan menyukai olahraga keras yang membutuhkan suatu keberanian, sedangkan kaum wanita lebih banyak menyukai hal-hal yang mengandung kelembutan. Sedangkan melakukan usaha diperlukan selain keterampilan juga sifat keberanian, nekat dan sifat mau menantang segala sesuatu yang pasti akan dapat menghalangi bisnis/ usahanya.

Sebagian besar anggapan dalam melakukan bisnis/ usaha sendiri adalah bahwa memulai menjadi entrepreneur itu sangatlah sulit, apalagi meraih kesuksesan. Bila ada sebagian besar orang didunia ini berpikiran bahwa melakukan sesuatu yang tidak mungkin itu sulit, maka sudah pasti didunia ini "gelap" tidak ada penemuan-penemuan yang saat ini produk dari penemuan tersebut dapat memudahkan kehidupan orang diseluruh duania (misalkan penemuan lampu oleh Thomas Alfa Edison).

Dalam masa era globalisasi saat ini, menjadi entrepreneur sudah bukan hal yang ditakuti lagi bagi para lulusan perguruan tinggi maupun orang yang tidak

sempat menduduki jenjang pendidikan tinggi. Kaum wanita saat ini sudah banyak yang berani memulai dan menjalankan bisnis sendiri, dengan banyak bidang peminatan yang beragam. Dari bidang usaha yang berhubungan dengan segi kewanitaan sampai yang tidak berhubungan sama sekali. Sebagai contoh, Renny Bani wanita kelahiran Nusa Tenggara Barat yang berhasil mengembangkan usahanya di bidang perhiasan dari hanya mendesign sampai mempunyai workshop sendiri, atau Listijawati yang memulai dari hobinya memasak dengan seorang partnernya mendirikan Sebuah restoran ayam tulang lunak Hayam Wuruk.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti merumuskan masalah-masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi Wanita dalam menjalankan perannya sebagai entrepreneur di Bidang usaha Perhotelan dan Kuliner?
2. Bagaimana Pengusaha wanita dapat mengatasi faktor yang menjadi penghalang bisnis yang selama ini dilakukan?
3. Bagaimana usaha mereka dalam mengaplikasikan faktor positif dalam menjalankan usahanya dari segi strategi yang dijalankan.

## **LANDASAN TEORITIS**

### **1. Gender**

Judith Butler dalam bukunya Gender Trouble yang dikutip oleh David Glover dan Cora Kaplan (2000, xxvi) menyatakan bahwa Gender adalah:

“sebuah identitas yang dibentuk oleh waktu, dilembagakan dalam suatu eksterior ruang melalui serangkaian kegiatan khas (stylized repetition of acts)

yang berulang. Efek dari gender diproduksi melalui kegiatan khas tersebut yang akhirnya membentuk ilusi-ilusi yang mengikat sang diri gender itu sendiri”.

Dari dalam negeri, Kantor Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia mengartikan gender sebagai “Peran-peran sosial yang dikonstruksikan oleh masyarakat serta tanggungjawab dan kesempatan laki-laki dan perempuan yang diharapkan masyarakat agar peran-peran sosial tersebut dapat dilakukan oleh keduanya (laki-laki dan perempuan)”.

Istilah gender dengan pemaknaan seperti yang digunakan di masa ini, pertama kali diperkenalkan oleh Robert Stoller untuk memisahkan pencirian manusia berdasar sifat sosial budaya dengan pendefinisian yang berasal dari ciri-ciri fisik biologis. (David Glover dan Cora Kaplan, 2000; Kantor Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia, 2002; Robert Stoller, 1968)

Salah satu yang menjadi hambatan bagi kaum perempuan untuk lebih maju adalah jika derajat pihak wanita dianggap lebih rendah daripada para laki-laki. Beberapa pola pemikiran dalam melihat kaum perempuan menurut Meutia Hatta Swasono (Pontianak Post, 22 Pebruari: 2007) ada empat.

Pertama, perempuan mempunyai hak dan kewajiban yang sama dengan kaum laki-laki dalam pembangunan. Perempuan harus dilihat sebagai asset dan potensi, bukan dianggap sebagai beban dan hambatan. Perempuan memiliki sifat-sifat khusus yang jarang dimiliki oleh kaum- laki-laki yang merupakan asset bagi wanita, seperti ketelitian, terampil, sabar dan lebih suka berkorban dibanding kaum

laki-laki. Oleh sebab itu jika wanita berkemampuan untuk mencari nafkah, maka penghasilannya akan diutamakan untuk kesejahteraan keluarga.

Kedua, jumlah wanita di Indonesia adalah melebihi setengah dari total populasi di Indonesia, setengahnya berada dalam usia produktif. Berdasarkan fakta tersebut, maka jika wanita tidak diberi peranan dan kesempatan untuk lebih produktif dalam mengisi pembangunan, maka wanita hanya akan membagi beban yang sangat besar bagi lelaki dan kaum lelaki tidak akan sanggup menerima beban tersebut.

Ketiga, bahwa kesetaraan gender dapat dijadikan strategi dalam memberikan wanita peranan dan kesempatan yang sama mengenai hak dan kewajiban dalam mengisi pembangunan, namun kesetaraan gender ini tidak berarti bahwa wanita harus mutlak mendapatkan perlakuan yang sama persisi seperti laki-laki. Wanita akan mengalami hambatan untuk maju jika dianggap lebih rendah dari lelaki. Pradigma yang masih melekat di masyarakat bahwa wanita lebih rendah dibandingkan lelaki harus dihilangkan agar wanita yang jumlahnya saat ini melebihi lelaki di negeri ini dapat maju dan sejajar dengan kaum lelaki.

Keempat, bahwa wanita harus diberikan kesempatan yang sama, tidak hanya dikalangan rumah tangga melainkan juga di luar rumah tangga, tetapi hal ini bukan berarti wanita melupakan tugas hakiki sebagai seorang ibu.

## **2. Entrepreneur**

Menurut Hendro dan Chandra (2006:21) Entrepreneur adalah “suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri anda untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bisa meningkatkan taraf hidup anda di masa mendatang”. Sesuatu didalam diri seseorang antara lain pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*skill*), Pengalaman (*experiences*), Jaringan (*networking*), informasi-informasi yang didapat (*Information*), Sumber-sumber yang ada (uang, bakat, lingkungan, keluarga), waktu yang ada dan masa depan serta kesempatan. Filosofiy dalam berbisnis semaksimal mungkin harus memadupadankan bidang-bidang/ilmu-ilmu yang telah dikemukakan diatas, agar dapat membangun sebuah bisnis yang berkelas. Misalkan seseorang sudah menguasai teori-teori tentang keuangan, marketing, manajemen sumber daya manusia pada saat mereka duduk disuatu perguruan tinggi, namun pada saat terjun ke bisnis yang sebenarnya kemampuan dalam berkreaitivitas sangat diperlukan, untuk menghadapi berbagai perubahan kebutuhan pangsa pasar dan dalam menghadapi persaingan usaha.

Menurut Peggy A. Lambing & Charles R. Kuehl (qtd in Hendro dan Chandra, 2006 : 21) untuk menjadi wirausahawan yang sukses harus memiliki empat unsur pokok, yaitu :

- Kemampuan (hubungannya dengan IQ dan Skill) dalam membaca peluang, berinovasi, mengelola, menjual
- Keberanian (hubungannya dengan Emotional Quotient dan Mental) dalam :

mengatasi ketakutannya, mengendalikan risiko, mencari jalan keluar dari zona kenyamanan.

- Keteguhan hati (hubungannya dengan motivasi diri), dalam hal: persistence (ulet), pantang menyerah, determinasi (teguh akan keyakinannya), kekuatan akan pikiran (power of mind) bahwa anda juga bisa
- Kreativitas yang menelurkan sebuah inspirasi sebagai cikal bakal ide untuk menemukan peluang berdasarkan intuisi

Menurut Hendro (2006:54) ciri-ciri/ karakter yang dapat membedakan seorang entrepreneur dengan orang biasa adalah :

a) Pandai mengelola ketakutannya

Suatu usaha pasti selalu berhadapan dengan resiko (kegagalan) bayangan kegagalan selalu ada dalam setiap benak para entrepreneur, seorang smart dan good entrepreneur harus pandai mengelola ketakutannya untuk membangkitkan keberanian dan kepercayaan dirinya dalam menghadapi resiko tersebut.

b) Mempunyai “iris mata” yang berbeda dengan yang lain

Dalam suatu usaha factor eksternal hampir selalu menjadi factor yang diperhitungkan, factor eksternal tersebut agar tidak menjadi ancaman dan dapat menjadi peluang usaha, diperlukan ketajaman pikiran dan pandangan dari seorang entrepreneur dalam memandang suatu masalah dalam usahanya

c) Pemasar sejati atau penjual yang ulung

Sebagai seorang entrepreneur, tidak dapat begitu saja menyerahkan tugas sebagai sales/penjual kepada anak buah, yang bersangkutan juga harus membuang rasa malu untuk menjual produknya melalui tangan dia sendiri

d) Melawan arus dan menyukai tantangan baru

Untuk dapat mempertahankan usahanya, seorang entrepreneur haruslah terus berpikir kedepan, tidak hanya puas dengan apa yang telah diraihny saat ini, karena pesaing selalu berusaha berinovatif dengan caranya sendiri-sendiri

e) High determination (mempunyai keteguhan hati yang tinggi)

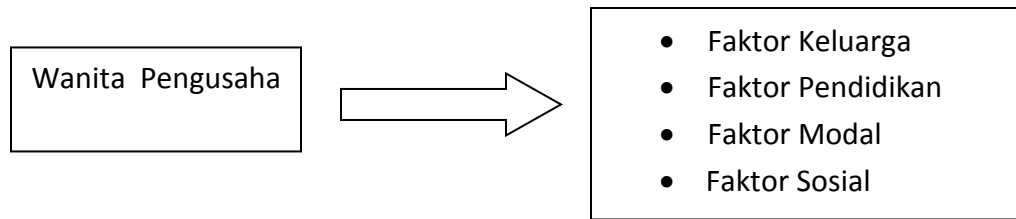
Kegagalan tidak ada dalam kamus seorang entrepreneur, yang ada hanyalah kehilangan langkah selanjutnya pada saat menemukan penurunan omzet misalkan, atau yang ada hanyalah rintangan pada saat menemukan bahwa produk yang kita jual kalah bersaing dengan produk lain, maka yang harus dipikirkan adalah mengapa produk lain tersebut bisa lebih unggul dari kita dan sebagainya

f) Tidak menerima apa yang ada di depannya dan selalu mencari yang terbaik (perfectionist)

Selalu tidak menempatkan diri sebagai orang yang perfectionist, selalu menempatkan diri sebagai orang yang tidak pernah mearasa puas, sehingga dia selalu akan berusaha memberikan yang tebaik bagi pelanggannya.



Kerangka pikir yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mendiskripsikan atau menggambarkan/ melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis faktual dan akurat (Kusmayadi 2000 : 29), dengan unit analisis yang diamati dan akan dijelaskan serta merupakan objek penelitiannya yaitu wanita pengusaha, dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi wanita dalam usaha jasa perhotelan dan restoran.

## **Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor yang dapat mempengaruhi wanita dalam menjalankan bidang usaha perhotelan dan restoran. Sedangkan subvariabel dari penelitian ini adalah factor keluarga, pendidikan, modal dan social, dimana subvariable tersebut berdiri sendiri dan tidak saling terkait dan berpengaruh satu sama lain.

## **Data**

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder; kuantitatif dan kualitatif. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan survei lapangan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara sederhana kepada wanita pengusaha di bidang Perhotelan dan Restoran. Data sekunder diperoleh dari beberapa sumber, seperti buku, majalah, literatur maupun situs internet. Bentuk data kuantitatif dapat diukur dalam satuan skala numerik/angka; sedangkan data kualitatif pada umumnya dikuantitatifkan terlebih dahulu agar dapat diproses lebih lanjut (Kuncoro, 2003). Sedangkan proses penarikan sample dalam penelitian ini menggunakan sampling Purposive, yaitu teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu, dimana peneliti memilih sample wanita pengusaha di bidang perhotelan dan restoran dengan pertimbangan sesuai dengan topic dan perumusan masalah yang diangkat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Data Demografi Responden**

Responden pada penelitian ini adalah 50 orang wanita pengusaha yang bergerak di bidang akomodasi atau makanan yang umumnya berlokasi di daerah Jakarta dan Bandung. Data demografi yang diambil adalah usia responden, jenis usaha, usia usaha, status, jumlah anak bila ada, dan latar belakang pendidikan formal maupun informal.

Mengenai usia responden, 6 orang (12%) berusia dibawah 30 tahun, 14 orang (28%) berusia diantara 30 – 40 tahun, 16 orang (32%) berusia antara 41

sampai 50 tahun, dan 14 (28%) orang berusia diatas 50 tahun. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa mayoritas usia mereka adalah di atas 30 tahun.

Adapun jenis usaha yang digeluti oleh para responden adalah sebagai berikut: 6 orang (12%) mengelola specialty restaurant, 10 orang (20%) di usaha hotel / penginapan, 11 orang (22%) mempunyai toko/warung, 11 orang (22%) mempunyai kantin, 8 orang (16%) bergerak di usaha catering dan 4 orang (8%) mengelola café.

Data tentang lamanya mereka mengelola bisnis adalah sebagai berikut: 15 orang (30%) sudah menjalankan bisnisnya antara 1 – 3 tahun, 19 orang (38%) antara 3 sampai 10 tahun, dan 16 (32%) lebih` dari 10 tahun. Status pernikahan mereka 37 orang (74%) menikah, 4 orang (8%) pernah menikah dan 9 orang (18%) belum menikah. Diantara 37 orang yang menikah itu, 26 orang (70.3%) mempunyai anak 1 – 2 orang, 13 orang (35,1%) mempunyai anak 3 – 4 orang dan 1 orang (2.7%) mempunyai anak lebih dari 4 orang. Umur anak mereka pada saat memulai usaha adalah sebagai berikut: 5 orang (13.5%) mempunyai anak dibawah tiga tahun, 11 orang (29.7%) mempunyai anak dibawah lima tahun, 13 orang (35.1%) mempunyai anak remaja, dan 8 orang (21.6%) mempunyai anak dewasa.

Pendidkan formal terakhir responden adalah sebagai berikut: 4 orang (8%) tamat SD/SMP, 6 orang (12%) tamat SMA, 10 orang (20%) lulusan Diploma, 23 orang (46%) lulusan S1, dan 7 orang (14%) lulusan S2. Sementara itu, untuk pendidikan informal yang pernah diikuti oleh mereka, data yang muncul adalah sebagai berikut: di antara mereka ada yang mengikuti kursus catering, computer, bankers, dekorasi

kue, kursus masak, kursus kepribadian, kursus membuat kue, humas, bahasa Inggris, bahasa Jepang, dan ada juga yang bergabung dengan international hotel school.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas (70%) para responden di penelitian ini berusia diatas 30 tahun, sudah mengelola usahanya rata-rata antara 3 – 10 tahun, menikah dengan jumlah anak antara 1 – 2 orang, berlatar pendidikan formal rata-rata cukup tinggi, yaitu S1. Sementara itu pendidikan informal yang mereka ikuti ada yang berhubungan langsung dengan usahanya (misalnya kursus masak dan membuat kue) dan ada juga yang tidak berhubungan langsung (misalnya kursus bahasa, komputer dan kursus kepribadian).

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menjalankan usaha.**

Ada empat faktor yang diamati pada penelitian ini, yaitu factor keluarga, factor pendidikan, factor modal dan factor social.

#### **.1. Faktor Keluarga**

Berdasarkan jawaban responden, 43 orang (86%) menyatakan bahwa suami/keluarga sangat mendukung mereka dalam membangun usaha, 6 orang (12%) menyatakan keluarga tidak terlalu mendukung, dan 1 orang (2%) mengatakan keluarga tidak mendukungnya. Setelah usaha berjalan beberapa tahun, 33 orang (66%) menyatakan keluarga selalu mendukung usaha mereka, 12 orang (24%) menyatakan keluarga mereka kadang-kadang ikut mendukung, dan 5 orang (10%) menyatakan keluarga mereka tidak terlalu mendukung. Pada awal membangun

usaha, 26 orang (52%) mengatakan mereka kadang-kadang belum dapat membagi waktu antara keluarga dan bisnis, 19 orang (38%) mengatakan mereka bisa membagi waktu mereka, dan 5 orang (10%) mengatakan belum dapat membagi waktu.

Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa bagi mayoritas responden wanita pada penelitian ini keluarga pada umumnya mendukung usaha mereka baik pada waktu memulai usaha maupun setelah usaha berjalan. Sekitar setengah dari jumlah responden mengatakan bahwa pada awal membangun usaha mereka kadang-kadang belum dapat membagi waktu antara keluarga dan bisnis, tapi hal itu tidak mengurangi dukungan keluarga terhadap mereka.

Mengenai kepentingan keluarga/anak selalu menghalangi dalam berbisnis, 1 orang (2%) mengatakan setuju, 11 orang (22%) mengatakan kadang-kadang, dan 38 orang (76%) mengatakan tidak setuju. Persentasi mereka yang menyatakan setuju dan kadang-kadang sesuai dengan data demografi responden bahwa. 16 orang (32%) responden menyatakan bahwa sebagian besar penghasilan dari usahanya dipakai untuk memenuhi kebutuhan keluarga, 11 orang (22%) menyatakan kadang-kadang dipakai untuk memenuhi kebutuhan keluarga, dan 21 orang (42%) mengatakan tidak dipakai untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (76%) tidak merasakan kepentingan keluarga sebagai penghalang bisnis mereka, dan hampir setengahnya mengatakan bahwa sebagian besar penghasilan dari usahanya tidak dipakai untuk memenuhi kebutuhan keluarga, karena mereka mempunyai sumber

lain untuk memenuhi kebutuhan keluarga, misalnya penghasilan suami. Hanya 32% yang menyatakan bahwa sebagian besar keuntungan yang diterima dipakai untuk memenuhi kebutuhan keluarga, dengan kata lain hanya 1/3 dari responden yang mengelola bisnis mereka menjadi tulang punggung bagi kehidupan keluarga.

Apabila mereka harus pulang malam untuk suatu urusan bisnis, 33 orang (66%) mengatakan keluarga bisa memahami, 11 orang (22%) mengatakan kadang-kadang keluarga bisa memahami dan 6 orang (12%) mengatakan keluarga tidak bisa memahami. Sebagai bahan referensi untuk pengembangan produk, 11 orang (22%) mengatakan biasanya lebih mendengarkan masukan dari teman daripada suami/keluarga, 23 orang (46%) mengatakan kadang-kadang lebih mendengarkan masukan dari teman, dan 15 orang (32%) mengatakan lebih mendengarkan masukan dari keluarga (suami).

Dari data diatas terlihat bahwa pulang malam bagi wanita pengusaha pada penelitian ini untuk suatu urusan bisnis pada umumnya tidak menjadi masalah bagi keluarganya. Hal ini sesuai dengan data bahwa mayoritas wanita pengusaha pada penelitian ini mendapat dukungan dari keluarganya. Sementara itu untuk pengembangan produk para wanita pengusaha ini cenderung lebih mendengarkan masukan dari teman daripada suami/keluarga. Hal ini mungkin terjadi karena mereka menganggap teman mereka lebih berpengalaman dalam berbisnis dibandingkan dengan keluarga.

## 2. Faktor Pendidikan

Untuk pernyataan pendidikan formal tidak terpakai dalam menjalankan usaha, 15 orang (30%) mengatakan setuju, 34 orang (68%) mengatakan tidak setuju. Terhadap pernyataan bahwa pendidikan informal mereka sangat membantu dalam operasional usah, 39 orang (78%) mengatakan setuju, 9 orang (18%) mengatakan tidak setuju. Terhadap pernyataan bahwa pendidikan mereka tidak bermanfaat karena mereka menjalankan bisnis berdasarkan pengalaman, 15 orang (30%) menyatakan setuju, 35 orang (70%) mengatakan tidak setuju.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menganggap pendidikan sebagai hal yang bermanfaat bagi bisnis yang dijalankannya, baik itu pendidikan formal atau informal. Hal ini sesuai dengan data demografi mereka dimana pendidikan tertinggi mereka mayoritas sarjana dan merekapun mengikuti beberapa pendidikan informal.

### 3. Faktor Modal

Sebanyak 26 orang (52%) menyatakan bahwa modal pertama untuk usaha mereka, diperoleh dari tabungan pribadi, 11 orang (22%) memperoleh modal pertama dari bantuan keluarga, 7 orang (14%) mendapatkan modal pertama dari warisan, 2 orang (4%) dari pinjaman bank dan 2 orang (4%) lagi mendapat pinjaman dari orang lain.

Setelah usaha berjalan, 29 orang (58%) menyatakan bahwa modal yang diperoleh untuk pengembangan usaha berasal dari keuntungan usaha, 12 orang (24%) berasal dari tabungan pribadi, 5 orang (10%) berasal dari bantuan keluarga, 2 orang (4%) dari pinjaman bank dan 1 orang (2%) berasal dari warisan.

Naiknya harga kebutuhan pokok bagi 45 orang (90%) sangat mengganggu cashflow usaha mereka, tapi bagi 5 orang (10%) tidak mengganggu. Dalam keadaan ekonomi makro lemah, menurut 46 orang (92%) produk mereka tetap diminati pelanggan, tapi 4 orang (8%) lainnya menyatakan sebaliknya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mendapatkan modal pertama untuk usaha mereka dari tabungan pribadi atau bantuan keluarga. Setelah usaha berjalan, mayoritas responden mendapatkan modal untuk mengembangkan bisnisnya dari keuntungan usaha. Para wanita pengusaha ini cenderung tidak memilih pinjaman bank untuk membangun dan mengembangkan usaha mereka. Bila dilihat dari sudut pandang entrepreneur, dalam diri para responden ini sudah terlihat sifat entrepreneur, dimana mereka mampu berisiko menggunakan tabungan pribadinya sebagai modal pertama yang notabene mengandung resiko tinggi dalam mengalami kegagalan. Namun mereka mempunyai keberanian dan dari sudut pandang manajemen mereka sudah menjalankan manajemen strategik yang baik dimana mereka telah mengambil keputusan mengembangkan usahanya dari keuntungan usaha. Hal itu berarti mereka telah berhasil membuat suatu formulasi dan mengimplementasikan rencana yang dirancang untuk menyisihkan dan mengelola keuangan sebaik dan seoptimal mungkin sehingga usaha tetap stabil berjalan tanpa tergantung dari pihak lain dalam hal modalnya.

#### .4. Faktor Sosial.



Menurut 34 orang (68%) responden, kelompok/ group mereka merupakan pelanggan tetap, sedangkan bagi 15 orang (30%) kelompok/group mereka bukan pelanggan tetap. Terhadap pernyataan kepandaian bergaul sangat membantu dalam meraih pasar bagi produk mereka, 47 orang (94%) menyatakan setuju, sisanya sebanyak 2 orang (4%) tidak setuju. Sebanyak 41 orang (82%) tidak setuju terhadap pernyataan bahwa karena mereka tidak mempunyai kelompok refrensi, jumlah konsumen mereka tidak bertambah, sebanyak 8 orang (16%) menyatakan setuju dengan pernyataan itu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden terlihat mempunyai kemampuan bermasyarakat dan bergaul cukup luas sehingga mereka mempunyai kelompok yang menjadi pelanggan tetap mereka. Kemampuan bermasyarakat ini sangat membantu mereka untuk mengembangkan usaha.

### **Penghalang dan strategi**

Mengenai penghalang terbesar yang ditemui responden dalam menjalani usahanya, sebanyak 34 orang (75,5%) menyatakan bahwa modal merupakan penghalang terbesar, sementara itu sebanyak 4 orang (8,8%) menyatakan faktor sosial, sedang 2 orang (4,4%) lainnya faktor keluarga dan 2 orang (4,4%) factor pendidikan.

Adapun strategi yang mereka terapkan untuk menanggulangi penghalang dari setiap faktor tersebut adalah sebagai berikut:

#### **Pendidikan:**

- Membaca/menambah referensi buku-buku yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankan.
- Bersekolah lebih tinggi / mengikuti kursus2 yang membantu pengembangan produk dan untuk inovasi baru.
- Mengadakan pelatihan in-house dan mengirim karyawan mengikuti seminar-seminar dan program short course
- Belajar terus, 'learning by doing'
- Belajar dari lingkungan dan pengalaman
- Mencari pengetahuan dari buku, internet, kursus singkat, media elektronik.
- Banyak bertanya pada orang yang sukses di bisnis yang sama.

**Keluarga:**

- Mengatur waktu dengan lebih baik/ time management dan mendiskusikan dengan keluarga
- Meminta pengertian dan dukungan dari keluarga
- Mencoba memberi pengertian jika sibuk dalam pekerjaan / berkompromi perihal pembagian waktu antara keluarga dan bisnis
- Mengajak keluarga berpartisipasi.
- Selalu komunikasikan setiap masalah.
- Mencari asisten supaya bisa punya lebih banyak waktu untuk mengurus keluarga.
- Meminta masukan tentang makanan dari keluarga.

**Modal:**

- Menjalin hubungan baik dengan bank / meminjam kepada bank dan mencari investor
- Memutar keuntungan dan memaksimalkan bantuan keluarga
- Seluruh keluarga dilibatkan untuk masalah modal / pinjam dari keluarga.
- Menekan harga dengan tetap mempertahankan mutu
- Mengumpulkan modal sedikit demi sedikit
- Kerjasama dengan pihak lain, yaitu dengan para pengusaha local maupun mancanegara.
- Tabungan pribadi dan bekerja sama dengan kerabat dekat (profit sharing).
- Mencari pinjaman lunak
- Menjual franchise / kerja sama
- Mengajak orang lain untuk join modal.
- Berusaha secara disiplin menggunakan sebagian keuntungan sebagai modal.
- Memaksimalkan keuntungan dengan menekan biaya produksi.

**Sosial:**

- Meningkatkan pergaulan lebih luas.
- Menjalin relasi bisnis yang baru.
- Aktif bergabung dalam asosiasi dan organisasi, termasuk kelompok pengajian.
- Menolak sumbangan yang kurang jelas tujuannya.
- Hubungan tetap dijaga
- Mencoba bergaul dengan berbagai kalangan

- Daya beli masyarakat local rendah, terutama di kota kecil. Oleh karena itu perlu menjajaki bentuk kerjasama dengan para pengusaha di kota besar yang mempunyai konsumen berkekuatan daya beli tinggi
- Melakukan terobosan untuk pemasaran.
- Melakukan pendekatan terhadap konsumen, seperti memberikan diskon
- Menggunakan hubungan social untuk promosi (misalnya menyebarkan brosur), menawarkan produk ke group/kelompok.
- Menyesuaikan menu dan harga dengan kondisi lingkungan.
- Bergaul dengan lingkungan sekitar tempat usaha dan teman-teman dari perkumpulan.

#### **Aplikasi faktor positif dari segi strategi yang dijalankan.**

Faktor positif dari aspek keluarga yang berhasil dihimpun dalam penelitian ini adalah bahwa keluarga dari awal sampai beberapa tahun usaha berjalan mendukung usaha para responden. Hal positif ini diaplikasikan para wanita pengusaha dalam mendukung usahany dengan strategi melibatkan keluarganya turut berpartisipasi dalam bisnisnya dan selalu melibatkan keluarga dalam berkounikasi tentang bisnisnya sampai harus mengangkat asisten untuk meminimalis tingkat kesibukannya dalam menjalankan operasional kerja.

Faktor positif dari aspek pendidikan bahwa baik pendidikan formal maupun informal menjadi factor penting dan pendukung bisnisnya mereka aplikasikan dalam

strategu terus melakukan explorasi melalui membaca buju juga bertanya pada orang yang sukses di bisnis yang sama. Strategi learning by doing pun terus mereka lakukan karena pengalaman dan mendapatkan masalah dalam berbisnis dapat menjadikan pengusaha lebih berfikir dan bertindak strategis. Untuk mengimbangi pergerakan trend gaya hidup dan selera yang selalu berubah dari perilaku konsumen dlam memutuskan makanan di sebuah resoran, para pengusaha wanita berstrategi menambah pengetahuan dan ketrampilannya dengan mengikuti kursus-kursus.

Faktor positif dari aspek modal yang berhasil dihimpun dari data responden adalah bahwa mayoritas responden menerapkan kemandirian dalam hal modal, dimana mereka tidak banyak bergantung pada pihak lain seperti bank (pinjaman),

namun mereka sudah mampu mengelola modal dari tabungannya sendiri untuk awal modal usaha dan menggunakan keuntungan usaha untuk pengembangan usahanya. Strategi yang mereka lakukan untuk terus mempertahankan kemandirian mereka dalam hal modal adalah mengumpulkan modal sedikit demi sedikit dari keuntungan usahanya dengan kesabaran, mencari investor yang tertarik dari kalangan terdekat, memaksimalkan saldo usaha dengan cara menekan biaya produksi dan dengan tetap mempertahankan mutu walaupun biaya-biaya produksi tinggi dan berusaha menekan harga jual produknya.

Faktor positif dari aspek sosial, 68% wanita pengusaha mempunyai pelanggan tetap, mereka pertahankan dengan cara tetap menjaga dan menjalin hubungan yang telah terjalin dan untuk menjaring pelanggan lebih banyak lagi

mereka melakukannya dengan cara mengikuti asosiasi dan organisasi termasuk pengajian dengan tujuan menjalin hubungan dengan relasi/komunitas yang baru.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### **Kesimpulan**

Ada 4 faktor yang mempengaruhi wanita pengusaha yang diamati dalam penelitian ini, yaitu factor keluarga, pendidikan, modal, dan sosial

- Faktor keluarga berperan positif bagi para wanita pengusaha di penelitian ini karena mayoritas responden menyatakan bahwa sejak awal sampai saat ini suami/keluarga mendukung mereka. Kepentingan keluargapun bagi 76% responden tidak menghalangi mereka dalam berbisnis.
- Faktor pendidikan banyak berperan dalam menjalankan usaha mereka karena mayoritas responden menyatakan bahwa pendidikan formal dan informal mereka sangat membantu dalam operasional usaha. Mereka menyadari bahwa pendidikan itu penting terlihat dari latar belakang pendidikan terakhir mereka yang mayoritas (60%) lulusan S1 dan S2.
- Adapun faktor modal untuk usaha mayoritas responden (52%) mendapatkannya dari tabungan pribadinya, walaupun sejumlah responden menyatakan mendapat modal dari bantuan keluarga. Setelah usaha berjalan, untuk pengembangan usaha diambil dari keuntungan usaha.

- Faktor sosial juga berpengaruh dalam kelangsungan usaha para responden. Dalam usaha mencari pelanggan, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka mempunyai kepandaian bergaul sehingga mereka mempunyai kelompok /group yang menjadi pelanggan tetap mereka.

Membangun dan mengelola usaha tidak terlepas dari penghalang atau kendala. Menurut mayoritas responden, faktor penghalang terbesar yang dirasakan adalah modal. Untuk menanggulangi hal tersebut beberapa responden mencoba menanganinya dengan bekerjasama dengan bank, keluarga, dan pengusaha lain baik lokal maupun mancanegara.

### **Saran**

Para wanita pengusaha pada penelitian ini sudah terlihat mempunyai jiwa pengusaha yang mau mengambil resiko dalam memulai bisnisnya. Terbukti dari mayoritas responden yang mengambil resiko menggunakan tabungan pribadinya untuk memulai usaha. Untuk pengembangan usaha, terutama dalam penetrasi pasar, disarankan mereka lebih berani mencari sumber dana lain selain dari keuntungan usahanya. Salah satu sumber yang bisa dipertimbangkan adalah meminjam dari bank, hal yang tidak banyak dipilih pada saat mereka mulai membangun usaha. Meskipun meminjam uang dari bank mempunyai resiko, sudah saatnya mereka mengembangkan diri menjadi risk manager (pengelola resiko). Dalam berbisnis, salah satu ciri khusus pengusaha yang sukses adalah risk manager, bukan hanya risk taker (pengambil resiko).

## DAFTAR PUSTAKA

David Glover dan Cora Kaplan, 2000, *Genders*, London, Routledge

Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat – Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2002, *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi VI*, Jakarta

David, Fred. R. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Prenhallindo, 2002.

Hendro dan Chandra. *Be a Smart and Good Entrepreneur*. Jakarta : Universitas Bina Nusantara, 2006

Kantor Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia, *Bahan Informasi Gender, Modul*, Jakarta : 2001

Kementerian Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia, *Apa Itu Gender, Buku 1 Bahan Informasi Pengarusutamaan Gender* : 2002

Kuncoro.Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. Bagaimana meneliti & menulis tesis*. Jakarta : Erlangga, 2003

Kotler, Philip.,John Bowen dan James Makens. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jakarta: Prenhallindo, 1999.

Mangkuwerdoyo, Sudiarto. *Perkembangan Pengelolaan Industri Akomodasi dan Restoran (Jilid II)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1999.

Manullang, M. *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2002.

Muhammad, Suwarsono. *Manajemen Strategik (Konsep dan Kasus)*. Jakarta: UPP AMP YKPN, 1998.

Pearce, John. A dan Richard B. Robinson, JR. *Manajemen Strategik (Formulasi;Implementasi, dan Pengendalian)*. Jakarta,1996