

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah pebisnis perempuan di dunia terus bertambah dari waktu ke waktu. Penelitian Weiler dan Bernasek menunjukkan bahwa pada tahun 1994-1995 terdapat 7,7 juta perusahaan yang dimiliki perempuan di Amerika Serikat, dengan jumlah karyawan sebanyak 15,5 juta orang, dan menghasilkan \$ 1,4 triliun dalam penjualan (Dale,2000). Studi kewirausahaan yang dilakukan oleh Gundry, Ben-Yoseph dan Posig (2002) menemukan bahwa pada tahun 2000, 43% dari total perusahaan kecil dan menengah di Kanada dikelola oleh perempuan (Nguyen, 2007). Pada tahun 1981, jumlah pebisnis perempuan di India hanya 5,2%, tetapi pada sensus tahun 2001 jumlah tersebut mengalami peningkatan, menjadi 11,2% (Malik, 2008). Sedangkan di Filipina, 25% dari total bisnis pertanian, perikanan dan kehutanan dikelola oleh pebisnis perempuan (Sonia, 1998).

Data Badan Pusat Statistik dan *United Nations Development Fund For Women* (2000) memaparkan bahwa pada tahun 1999 dari 2,8 juta unit perusahaan industri di Indonesia, 60% nya dimiliki oleh pebisnis perempuan dan 30% lainnya juga dijalankan oleh perempuan (Swa, 2006). Sampai tahun 2003, Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) memiliki 16 ribu anggota yang terdiri 80% pengusaha kecil, 13% pengusaha menengah, dan 7% pengusaha besar. Menurut IWAPI, sebanyak 60% dari 40 juta pengusaha kecil-menengah di Indonesia

adalah perempuan. Data tersebut menunjukkan bahwa pebisnis perempuan termasuk dalam level pengusaha kecil-menengah.¹

Perkembangan dan pertumbuhan pebisnis perempuan telah menarik perhatian para peneliti. Penelitian tersebut antara lain mengenai profil pebisnis perempuan, mengenai apakah ada perbedaan antara pebisnis perempuan dan pebisnis laki-laki dari aspek motivasi, tantangan dan kendala berbisnis. Selain itu penelitian mengenai profil pebisnis perempuan pedesaan yang bergerak di sektor *home-industry* dengan fokus pada aspek demografi dan motivasi. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap keluarga dan masyarakat terhadap pebisnis perempuan, serta untuk memahami permasalahan yang dihadapi pebisnis perempuan (Malik, 2008).

Still dan Chia (1995), Gary Mankelow, Bill Merrilees dan Hayley Gardoll, Kean (1998) melakukan penelitian untuk mengetahui karakteristik *urban-based* bisnis perempuan, J.Kroon, A. Van Ardt dan J.C Visagie (Kroon, 2001) meneliti faktor kesuksesan pebisnis perempuan. Sedang Marston dan Krueger Dale mengidentifikasi pola perilaku dan kepribadian pebisnis perempuan (Dale, 2000). Karakteristik pebisnis perempuan, faktor dukungan dan tantangan pebisnis perempuan juga menjadi fokus penelitian dari Selvalamar Ayudarai dan M. Sadiq Sohail, 2006 (Ayudarai, 2006). Sementara penelitian Hans Christiaan Haan (2004) menunjukkan arti penting dukungan keluarga serta *networking* pada pebisnis perempuan di Uni Emirat Arab.

¹Hal ini disebabkan antara lain: Kekurangan modal, lemahnya SDM, kurangnya sarana/prasarana, kesulitan akses ke perbankan, kurang menguasai pasar, dan kurang menguasai penggunaan teknologi: Jurnal Pengkajian Koperasi Dan UKM Nomor 1 Tahun I-2006, http://www.smecda.com/kajian/files/jurnal/Hal_136.pdf

Penelitian tentang pebisnis perempuan pada fase awal (*start-up business*) dilakukan oleh: Hisrich dan Brush (1985); Birley, Moss, Sanders dan Neider (1987); Buttner dan Moore (1997); Bowen dan Hisrich (1986); Montagno, Kuratko dan Scarcella; Brodsky (1993). Gartner, Hoy dan Carland (1988). Sifat kewirausahaan yang terkait dengan motivasi menjadi perhatian berbagai studi yang dilakukan oleh McClelland (1961); Lachman (1980); Shapero (1975); Johnson (1990); Langan-Fox dan Roth (1995); Naffziger, Hornsby dan Kuratko (1994). Mereka meneliti masalah motivasi dari berbagai perspektif termasuk karakteristik pribadi, lingkungan pribadi, lingkungan bisnis, ide usaha, dan tujuan pribadi. Aspek motivasi ditekankan sebagai faktor penting penentu perilaku kewirausahaan, karena para pebisnis perempuan memiliki motif atau tujuan yang berbeda (Mayo, 1998).

Dilihat dari sisi motivasi terdapat perbedaan antara pebisnis laki-laki dan perempuan, laki-laki didorong oleh keinginan “untuk menjadi seorang pengusaha” atau tidak bekerja untuk orang lain, sedangkan perempuan ingin memiliki “fleksibilitas” dalam menjaga keseimbangan kerja dan keluarga atau untuk “membantu orang lain”². Studi Weiler dan Bernasek (2001) menemukan bahwa perbedaan gender berpengaruh pada akses jaringan usaha, perempuan dikecualikan dari jaringan formal dan informal serta organisasi pengusaha (Frear, 2007).

Sementara kebanyakan penelitian berfokus pada level individu (sebagaimana telah dipaparkan diatas) penelitian Greene (2002) memfokuskan

²The Danish Agency for Trade and Industry. November 2000. *The Circumstances of Women Entrepreneurs*. A/Shttp://www.ebst.dk/publikationer/rapporter/women_entrepreneurs/kap04.html

pada struktur organisasi, modal produksi dan finansial serta strategi pertumbuhan bisnis.

Berdasarkan pada *literature review* atas sejumlah penelitian tentang pebisnis perempuan, peneliti memfokuskan penelitian pada pebisnis perempuan yang tergabung dalam IWAPI Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Penelitian ini untuk memperlihatkan potret pebisnis perempuan IWAPI di DIY, melalui penggambaran atau deskripsi profil demografi dan motivasi mereka, serta profil organisasi bisnis yang mereka kelola.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penelitian ini mencoba menjabarkan profil pebisnis perempuan. Pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana profil pebisnis perempuan anggota IWAPI Daerah Istimewa Yogyakarta? Pertanyaan ini akan diturunkan ke dalam sejumlah pertanyaan penelitian yang lebih khusus:

1. Bagaimana karakteristik usia mereka?
2. Bagaimana karakteristik tingkat pendidikan mereka?
3. Bagaimana karakteristik status perkawinan mereka?
4. Bagaimana karakteristik pekerjaan mereka sebelum menjadi pebisnis?
5. Bagaimana karakteristik usia perusahaan mereka?
6. Bagaimana karakteristik jenis usaha mereka?
7. Bagaimana karakteristik skala usaha mereka?
8. Bagaimana karakteristik sumber modal mereka?

9. Apa yang menjadi motivasi mereka untuk menjadi pebisnis?
10. Apa tujuan mereka ketika memilih untuk menjadi pebisnis?
11. Apa keterampilan yang telah mereka miliki sebelum berbisnis?
12. Apa kendala dan hambatan yang mereka alami dalam memulai bisnisnya?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini untuk memberikan gambaran mengenai profil pebisnis perempuan di Daerah Istimewa Yogyakarta, dan menjelaskan implikasi dari profil tersebut. Dengan mengetahui profil itu diharapkan akan meningkatkan pemahaman terhadap pebisnis perempuan dan permasalahannya, sehingga dapat dipergunakan dalam merumuskan kebijakan atau strategi pengembangan usaha mereka. Profil yang dihasilkan dari penelitian ini juga dapat dijadikan dasar bagi pengembangan masalah penelitian lebih lanjut.

D. Kerangka Konsep

D.1. Definisi Profil

Menurut Echol dan Sadly (2005:449), profil diartikan sebagai tampang/raut muka atau riwayat/kisah. Hal ini menunjukkan profil adalah gambaran riwayat, karakter atau ciri-ciri dari subyek/obyek kajian sesuai dengan tujuan penulisan. Dalam banyak hal arti atau makna profil tidak berbeda dengan “biografi” atau “riwayat hidup” dari objek yang dikaji, hanya saja profil jauh lebih sederhana karena hanya menyangkut ciri-ciri atau karakteristik tertentu yang mau ditonjolkan (Soekanto,1983:397).

Berdasarkan topik penelitian yang diteliti dalam penulisan skripsi ini maka batasan profil pebisnis perempuan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Profil pebisnis perempuan meliputi: atribut personal pebisnis perempuan (usia, tingkat pendidikan, status perkawinan, pekerjaan sebelum menjadi pebisnis, motivasi, tujuan, ketrampilan, rekan bisnis dan kendala).
- b. Profil perusahaan pebisnis perempuan meliputi: organisasi bisnis (tahun berdiri, jenis usaha, sumber modal usaha, jumlah karyawan, sistem jam kerja karyawan, tipe bisnis pebisnis perempuan menurut skala usaha).

Batasan profil tersebut merupakan unsur-unsur pokok untuk melihat karakteristik pebisnis perempuan mulai dari demografinya dan juga bentuk pengelolaan bisnisnya. Penelitian yang dilakukan oleh Cheney (1997) menghubungkan atribut personal pebisnis perempuan dengan sistem pengelolaan organisasi bisnis mereka untuk mengukur kesuksesan perempuan sebagai seorang pebisnis (Kroon, 2001). Berikut ini penjelasan mengenai profil yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

D.1.1. Usia

Dalam komposisi penduduk, usia diberi nilai usia produktif dan usia non-produktif sedangkan sesuai pada tataran tertentu usia terbagi atas kelompok-kelompok usia, yakni anak-anak (0-12 tahun), remaja (13-17 tahun), dewasa (18-40 tahun), tua (41-59 tahun) dan usia lanjut/lansia (60->60 tahun), usia produktif

berkisar antara 15-55 tahun dan usia non-produktif berada dibawah dan diatasnya (Yuzzar, 2008).

D.1.2. Tingkat Pendidikan

Andrew E. Sikula dalam Mangkunegara (2003:50) menyatakan bahwa tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum.

D.1.3. Status Perkawinan

Status perkawinan menunjukkan status seseorang apakah sudah terikat dalam suatu ikatan perkawinan ataukah belum terikat ikatan perkawinan. Seseorang yang sudah terikat perkawinan mempunyai status sudah kawin atau disebut suami/istri, sedangkan seseorang yang belum terikat perkawinan memiliki status belum kawin atau disebut perawan, lajang atau jejak (Yuzzar, 2008).

D.1.4. Pekerjaan Sebelum Berbisnis

Pekerjaan sebelum berbisnis ialah aktivitas bekerja yang pernah dilakukan diberbagai organisasi/instansi atau perorangan sebelum membentuk usaha sendiri. Pekerjaan sebelum berbisnis menjadi suatu pengalaman tersendiri bagi pebisnis perempuan yang mempengaruhi pengetahuan dan ketrampilan tentang sesuatu yang diperoleh lewat keterlibatan atau berkaitan dengannya selama periode tertentu (Sonia, 1998).

D.1.5. Motivasi

Untuk menjadi pebisnis, perempuan tak cukup memiliki pengetahuan tentang bisnis namun membutuhkan juga jiwa *entrepreneur*, yang meliputi aspek motivasi. Menurut J.P.Chaplin motivasi merupakan suatu variabel perantara yang digunakan untuk menerangkan faktor-faktor dalam diri individu yang dapat membangkitkan, mempertahankan dan menyalurkan tingkah laku ke arah suatu tujuan tertentu, motivasi berhubungan dengan kekuatan (dorongan) yang berada dalam diri manusia (Suhaimin, 2008). Sedangkan menurut Moekijat, mengutip dari Goode (1983) memandang motivasi merupakan pengaruh suatu kekuatan untuk menimbulkan kelakuan (Suhaimin, 2008).

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa motivasi berasal dari dalam diri seseorang yang kemudian akan memberi kekuatan untuk melakukan aktivitas sesuai dengan yang diinginkannya. Faktor motivasi merupakan unsur penting dalam mengidentifikasi dorongan apa yang mengarahkan perempuan untuk memulai, mengorganisir atau mengatur dan mengasumsikan tanggung jawab berwirausaha. Gilad dan Levine (1986) mengutarakan motivasi pebisnis perempuan yaitu individu didorong dalam kewirausahaan oleh faktor eksternal (ketidakpuasan pekerjaan, kesulitan finansial, jam kerja tidak fleksibel), dan faktor internal yaitu pemenuhan pengembangan diri, aspirasi, ambisi, tujuan dan kebebasan kreativitas usaha (Malik, 2008).

D.1.6. Tujuan

Untuk mencapai tujuannya pebisnis perempuan melakukan suatu tindakan untuk mencapai target dalam hidupnya yaitu melalui langkah mengarahkan dan mengatur fokus bisnis, meningkatkan ketekunan usaha yang mendukung pengembangan strategi pencapaian tujuan. Dalam menekuni usaha para pebisnis perempuan memiliki suatu tujuan atau keinginan yang hendak dicapai, baik dari segi internal individu yaitu tujuan untuk mencapai pemenuhan personal pribadi melalui aktualisasi diri dan dari segi eksternal yakni tujuan untuk memperoleh suatu keuntungan (*benefit*) karena adanya suatu tuntutan tertentu yang harus dipenuhi (Malaya, 2006). Dalam penelitian ini tujuan internal meliputi tantangan pribadi, reputasi dan nama baik dan tujuan eksternal meliputi tuntutan kebutuhan dan *income financial*.

D.1.7. Ketrampilan

Ketrampilan atau *skill* ialah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam suatu bidang tertentu. Penguasaan ketrampilan bagi pebisnis perempuan merupakan keuntungan tersendiri, mereka dapat menghasilkan suatu produk atau jasa yang mempunyai nilai guna dan nilai jual (Nguyen, 2007).

D.1.8. Rekan Bisnis

Rekan bisnis ialah partner kerjasama usaha yang bersifat mendukung kemajuan usaha, baik berupa organisasi lembaga atau instansi, perusahaan dan

juga perseorangan (Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 Tahun I, 2006).

D.1.9. Kendala Usaha

Kendala usaha ialah persoalan-persoalan yang menghambat pertumbuhan dan perkembangan usaha. Persoalan-persoalan tersebut terjadi atau muncul baik dari segi internal perusahaan yakni hubungan antar pihak dalam perusahaan itu sendiri, atau dari segi eksternal perusahaan yakni hubungan perusahaan dengan pihak-pihak luar perusahaan (Jurnal Pebisnis Sejati, 2008).

D.1.10. Tahun Berdirinya Usaha

Tahun berdirinya usaha ialah rentang waktu seorang pebisnis memulai usaha pada suatu bidang tertentu (Jurnal Pebisnis Sejati, 2008).

D.1.11. Jenis Usaha

Jenis usaha ialah suatu produksi atau aktivitas pekerjaan yang menyediakan barang atau jasa bagi konsumen dalam bidang tertentu. Usaha yang dibentuk bertujuan untuk mendatangkan laba, kemakmuran pemiliknya dan bermanfaat bagi orang lain (Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 Tahun I, 2006).

D.1.12. Sumber Modal Usaha

Sumber modal usaha ialah badan keuangan ataupun perorangan yang bersedia memberikan pinjaman keuangan untuk digunakan sebagai pembiayaan mendirikan perusahaan atau pengelolaan pengembangan perusahaan (Jurnal Pebisnis Sejati, 2008).

D.1.13. Karyawan

Karyawan ialah pekerja yang mengerjakan suatu tugas atau pekerjaan yang membutuhkan pelatihan dan penguasaan terhadap suatu pengetahuan khusus. Karyawan dapat dipekerjakan dalam suatu organisasi atau instansi pemerintahan, non-pemerintah dan juga bisa dipekerjakan oleh perseorangan (Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 Tahun I, 2006).

D.1.14. Sistem Jam Kerja

Jam kerja ialah batasan waktu yang diterapkan oleh suatu instansi atau perusahaan dalam mempekerjakan para pegawainya atau karyawannya (Jurnal Pebisnis Sejati, 2008) .

D.1.15. Tipe Bisnis Menurut Skala Usaha

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, Skala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dijelaskan sebagai berikut, pengertian UMKM adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

D.2. Posisi Perempuan dalam Kewirausahaan

Keterlibatan individu dalam aktivitas kewirausahaan merupakan bagian dari perilaku sosial dimana laki-laki dan perempuan mempunyai perbedaan pada dimensi hubungan aktivitas bisnis, perbedaan tersebut terletak pada ciri kepribadian yang membedakan pebisnis laki-laki dan perempuan dengan tingkah laku kewirausahaannya (Swedberg, 2003). Secara lebih konkret, kemunculan pebisnis perempuan dapat diklasifikasikan dalam tiga hal di bawah ini (Wiebe, 1990):

- a. *Women Entrepreneur* terbentuk dan tumbuh dari lingkungan keluarga *entrepreneur* sehingga secara tidak langsung mengamati dan mempelajari pola-pola bisnis yang dijalankan oleh orang tuanya.
- b. *Women Entrepreneur* terbentuk karena berasal dari lingkungan sosial *entrepreneur* sehingga sejak kecil sudah terbiasa melihat berbagai aktivitas wirausaha di sekitar lingkungan tempat tinggalnya.
- c. *Women entrepreneur* terbentuk karena mempunyai minat, hobi atau ketrampilan tertentu seperti ketrampilan-ketrampilan khas perempuan yang dapat dimanfaatkan untuk membuka peluang usaha baru.

Posisi perempuan dalam dunia bisnis, dengan demikian, tidak hanya tingkah laku spirit kewirausahaan, namun juga bermakna aktivitas *gender* dalam suatu daerah *masculin*. Helena Ahl menyimpulkan bahwa kewirausahaan adalah daerah aktivitas yang pada dasarnya bersifat kelaki-lakian dan menghadirkan perempuan sebagai 'orang luar' (Johansson, 2004). Oleh karenanya beberapa peneliti memandang kewirausahaan dan pebisnis adalah *male-gendered* konsep, yaitu mempunyai arti identik dengan laki-laki dan berargumentasi bahwa pebisnis umumnya adalah laki-laki³. Ljunggren dan Kolvereid mengemukakan tiga gagasan diferensiasi gender dalam kewirausahaan: (1)Pebisnis perempuan muncul karena tekanan pribadi sedang pebisnis laki-laki terbentuk karena adanya tekanan ekonomi, (2) pebisnis perempuan merasa tingkat derajat sosialnya lebih tinggi di banding laki-laki dalam proses pertumbuhan bisnis, (3) pebisnis perempuan

³Peneliti yang menggunakan alat ukur *male-gendered* ialah Moore 1990; Stevenson 1990, sikap gender kewirausahaan: Nilsson 1997, atau teori *male-gendered*:Chell, Howorth&Brearly 1991, Mirchandani 1999.

merasa memiliki kemampuan berwirausaha lebih tinggi dibanding laki-laki (Kutani, 1999).

E. Definisi Operasional

Definisi operasional yang akan digunakan dalam penelitian “Profil Pebisnis Perempuan Anggota Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Daerah Istimewa Yogyakarta”, adalah sebagai berikut:

1. Profil pebisnis Perempuan

Profil pebisnis perempuan digunakan untuk mengetahui identitas siapa pebisnis perempuan (*who*), yang diukur melalui:

1.1. Usia: mencakup umur dari pebisnis perempuan adapun tingkatan usia dalam penelitian ini ialah 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, 51-60 tahun dan 60+.

1.2. Tingkat pendidikan: merupakan jenjang pendidikan formal yang berhasil diselesaikan oleh pebisnis perempuan, adapun dalam penelitian ini dibagi kedalam lima tingkat pendidikan yaitu SD, SLTP, SLTA, Akademika dan Strata Sarjana.

1.3. Status perkawinan: ialah status perkawinan pebisnis perempuan yang dikelompokkan menjadi lima kategori yaitu sudah menikah, belum menikah, bercerai/*divorced*, janda (suami meninggal) dan lainnya.

1.4. Pekerjaan sebelum berbisnis: ialah pekerjaan yang pernah dilakukan oleh pebisnis perempuan sebelum mengelola usaha,

dalam penelitian ini dibagi kedalam lima kelompok yaitu ibu rumah tangga, pegawai swasta/negeri, petugas kesehatan, pekerja seni dan lainnya.

1.5. Motivasi: ialah alasan latar belakang mengapa perempuan tertarik menjadi pebisnis (*why*), yang terdiri dari keinginan mandiri, kesulitan ekonomi, warisan bisnis keluarga, menciptakan usaha sesuai minat dan mengundurkan diri dari pekerjaan lama.

1.6. Tujuan: ialah keinginan yang ingin dicapai oleh perempuan melalui bisnis yang mereka kelola. Dalam penelitian ini tujuan pebisnis perempuan terdiri dari tantangan pribadi, tuntutan kebutuhan, *income* finansial, reputasi dan nama baik, serta lainnya.

1.7. Ketrampilan: ialah keahlian yang dimiliki oleh pebisnis perempuan yang mereka pakai dalam bisnisnya, yang terdiri dari ketrampilan menjahit, olah makanan, olah kecantikan, desain interior dan lainnya.

1.8. Rekan bisnis: merupakan partner kerjasama dari pebisnis perempuan yang meliputi pengusaha laki-laki, pengusaha perempuan, khusus pengusaha laki-laki, khusus pengusaha perempuan serta proporsional laki-laki dan perempuan.

1.9. Kendala: ialah persoalan yang dihadapi oleh pebisnis perempuan ketika memulai bisnis. Dalam penelitian ini kendala pebisnis perempuan terdiri dari kendala lokasi bisnis, kesulitan dalam akses

permodalan, sumber tenaga kerja, regulasi hukum pemerintah dan akses bahan baku.

2. Organisasi Bisnis

Melalui organisasi bisnis digunakan untuk mengetahui jenis usaha dan pengelolaan usaha pebisnis perempuan, yang diukur melalui:

2.1. Tahun berdiri usaha: merupakan periode waktu tepatnya tahun pebisnis perempuan memulai usahanya.

2.2. Jenis usaha: merupakan bidang tertentu yang dijadikan sebagai sebuah peluang usaha bagi pebisnis perempuan. Dalam penelitian ini jenis usaha pebisnis perempuan terdiri dari produksi handicraft, retail/perdagangan sembako, produksi konveksi, jasa dan lainnya.

2.3. Sumber modal usaha: ialah pihak-pihak yang membantu finansial ketika pebisnis perempuan memulai sebuah usaha, yang terdiri dari sumber internal (rumah tangga/suami istri dan modal pribadi) dan sumber eksternal (bantuan kerabat/teman, pinjaman bank dan bantuan/pinjaman NGO/LSM).

2.4. Karyawan: adalah pekerja dalam bisnis yang dikelola pebisnis perempuan, dalam penelitian ini karyawan dibedakan berdasarkan jenis kelamin yaitu karyawan laki-laki dan karyawan perempuan.

2.5. Sistem jam kerja karyawan: ialah batasan waktu bekerja karyawan dalam bisnis yang dikelola pebisnis perempuan, dalam penelitian ini jam kerja karyawan terdiri dari sistem *full-time*, fleksibel, sistem shift, sistem *part-time* dan lainnya.

2.6. Skala usaha: berdasarkan pengertian UMKM, berikut ini kriteria

skala usaha UMKM:

Tabel 1.1
Kriteria UMKM

No	Uraian	Kriteria	
		Asset (tidak termasuk tanah dan bangunan)	Omzet
1.	Usaha Mikro	Max Rp 50.000.000,-	Max Rp 300.000.000,-
2.	Usaha Kecil	> Rp 50.000.000 – Rp 500.000.000,-	> Rp 300.000.000 – Rp 2,5 milyar
3.	Usaha Menengah	>Rp 500.000.000 – Rp 10 milyar	> Rp 2,5 milyar – Rp 50 milyar

Sumber: Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, Skala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

F. Metodologi Penelitian

F.1. Metode Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian sensus. Penelitian ini digunakan untuk mempermudah melakukan hasil analisa yang akurat dari keseluruhan populasi yang menjadi objek penelitian.

F.2. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah pebisnis perempuan yang tergabung dalam Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Daerah Istimewa Yogyakarta, yakni sebanyak 221 orang sesuai daftar jumlah keanggotaan Dewan Pengurus Daerah (DPD) IWAPI Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun berdasarkan data keanggotaan dari DPD IWAPI Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 21 orang anggota mencantumkan alamat yang tidak lengkap dan merupakan anggota tidak aktif, sehingga jumlah responden yang berhasil diteliti sebanyak 200 orang dan berikut perinciannya:

TABEL 1.2
Distribusi Responden

DPC	Jumlah Anggota (Populasi)	Jumlah Responden
Kulon Progo	27 orang	27 orang
Kota Madya	48 orang	48 orang
Gunung Kidul	33 orang	32 orang
Sleman	60 orang	51 orang
Bantul	53 orang	42 orang
Total	221 orang	200 orang

Sumber : Data Primer diolah 09 Mei 2009

F.3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada lima (5) wilayah Dewan Pengurus Cabang (DPC) dari IWAPI Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu: Kotamadya Yogyakarta, kabupaten Sleman, kabupaten Bantul, kabupaten Kulon Progo dan kabupaten Wonosari. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada 01 Maret-30 April 2009.

F.4. Metode Pengumpulan Data

Supardi (2005:117) menjelaskan kualitas data ditentukan alat pengumpul data atau alat pengukurannya, metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, sedangkan instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan pengumpulan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah. Pengumpulan data tidak lain suatu proses memperoleh data primer untuk keperluan penelitian. Maka secara garis besar metode pengumpulan data merupakan bagian dari perencanaan kegiatan penelitian yang berkaitan dengan proses penentuan cara-cara untuk mendapatkan atau menjangkau data-data dari penelitian lapangan (terutama data primer).

Dalam melaksanakan kegiatan penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

F.4.1. Kuesioner

Untuk memperoleh data primer atau informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, diperoleh melalui kuesioner. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari jawaban responden yakni para anggota IWAPI Daerah Istimewa Yogyakarta melalui penyebaran kuesioner. Hal ini dilakukan karena jumlah anggota IWAPI DIY cukup banyak, dan untuk mendapatkan variasi data yang lengkap. Pertanyaan yang ada dalam kuesioner merupakan bentuk pertanyaan tertutup, sehingga peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa responden (6 orang pebisnis perempuan perwakilan masing-masing cabang IWAPI DIY dan *Secretary Excecutive* IWAPI Daerah Istimewa Yogyakarta) untuk memperkuat atau mendukung data yang diperoleh melalui kuesioner.

Kuesioner yang disebarkan kepada responden sejumlah 221 buah dan jumlah kuesioner yang kembali adalah 200 buah. Ada tiga cara yang dilakukan peneliti dalam menyebarkan kuesioner yaitu bertemu langsung dengan responden (ke rumah, tempat usaha dan pertemuan rutin anggota IWAPI), via telepon dan via email.

F.4.2. Dokumentasi

Peneliti menggunakan hasil-hasil dokumentasi atau data sekunder yang diperoleh dari obyek penelitian, dalam hal ini ialah IWAPI DIY

untuk mendukung data primer. Data sekunder yang diperoleh dan dipakai dalam penelitian ialah daftar anggota IWAPI DIY, Jurnal Revisi Anggaran Rumah Tangga IWAPI Tahun 2005 dan dokumentasi foto-foto penelitian.

F.5. Metode Pengukuran Data

Variabel-variabel dalam penelitian ini akan diukur secara statistik dimana data diambil melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan pengukuran skala ukuran nominal. Dalam ukuran ini tidak ada asumsi tentang jarak maupun urutan antara kategori-kategori dalam ukuran itu. Dasar penggolongan hanyalah kategori yang tidak tumpang tindih (*mutually exclusive*) dan tuntas (*exhaustive*). “Angka” yang ditunjuk untuk suatu kategori tidak merefleksikan bagaimana kedudukan kategori tersebut terhadap kategori lainnya, tetapi hanyalah sekedar *label* (Singarimbun, 1995:70).

F.6. Metode Analisis Data

Metode analisa yang dipakai dalam penelitian ini berupa distribusi frekuensi dan tabulasi silang atau *cross-tabs*. Dimana pengolahan data dianalisa melalui perhitungan rata-rata hitung (*arithmetic mean*) yang disusun dalam distribusi frekuensi. Untuk memahaminya maka data disusun lebih teratur dalam distribusi frekuensi yang membagi data kedalam beberapa kelas. Dua macam distribusi frekuensi yang digunakan adalah sebagai berikut (Subagyo, 1979:5):

1. Distribusi frekuensi *numerical*, yang pembagian kelas-kelasnya dinyatakan dalam angka. Dalam kuesioner penelitian ini yang

memakai distribusi frekuensi numerical ialah kategori umur, jumlah anak, umur start bisnis, usia bisnis, jumlah karyawan dan omzet usaha.

2. Distribusi frekuensi *categorical*, yang pembagian kelasnya didasarkan atas macam-macam data atau golongan data. Dalam kuesioner penelitian ini yang memakai distribusi frekuensi numerical ialah kategori profil individu dan bisnis.

Tabulasi silang atau *crosstabs* merupakan analisis yang berfungsi untuk menerangkan atau menjelaskan hubungan antar variabel. Untuk itu ada beberapa prinsip sederhana yang perlu diperhatikan dalam penyusunan tabulasi silang agar hubungan antar dua variabel tampak dengan jelas. Dalam analisa tabulasi silang, peneliti menggunakan distribusi persentase pada sel-sel dalam tabel sebagai dasar untuk menyimpulkan hubungan antar variabel-variabel penelitian, perhitungan ini menentukan benar tidaknya interpretasi peneliti.

Dalam perhitungan ini, persentase responden untuk setiap kelompok dibuat sedemikian rupa agar mudah melihat hubungan antara dua variabel, untuk itu persentase selalu dihitung pada variabel pengaruh atau jumlah 100% adalah pada kategori variabel pengaruh. Hubungan variabel-variabel penelitian, dalam hal ini efek variabel pengaruh terhadap variabel terpengaruh, dilihat dengan membandingkan distribusi persentase pada kategori-kategori variabel pengaruh. Jumlah responden untuk setiap kelompok variabel pengaruh perlu juga dicatat karena angka tersebut diperlukan dalam interpretasi. Agar tabel mudah dibaca, variabel terpengaruh disusun sebagai baris (vertikal) dan variabel pengaruh disusun sebagai kolom (horizontal). Tabulasi silang dapat juga disusun dengan

angka rata-rata untuk variabel terpengaruh bagi setiap variabel pengaruh (Singarimbun, 1995:273-275).

